

Aufbau einer Tagesredaktion am Beispiel von HoRadS e.V. – dem Hochschulradio Stuttgart

Masterthesis

Studiengang Master Informationswirtschaft
der
Hochschule der Medien,
Stuttgart

Dipl. Informationswirt Pierre Seidel

Erstprüfer:	Prof. Dr. Wolfgang von Keitz
Zweitprüferin:	Prof. Dr. Wibke Weber

Bearbeitungszeitraum: 01.11.2004 bis 19.02.2005

Stuttgart, Februar 2005

Kurzfassung

Diese hier vorgestellte Masterthesis ist eine Dokumentvorlage für andere wissenschaftliche Arbeiten im Bereich Hörfunk. Die Arbeit basiert auf Richtlinien im deutschen und internationalen Rundfunk. Sie soll für die Hochschule der Medien in Stuttgart nutzbar sein, kann aber ohne weiteres über den Fachbereich hinaus für eine Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten und Berichte verwendet werden. Die Masterthesis stellt ein Angebot dar, das von Studierenden genutzt werden kann. Darüber hinaus verfügbar für alle Mitglieder von HoRadS¹ e.V. – das Hochschulradio Stuttgart. Der Aufbau einer Tagesredaktion im Bereich Radio wird genauso erklärt, wie die Bedeutung und die verschiedenen Formen eines radiokonformen Beitrags. Des weiteren wird die technische Ausrüstung im hinteren Abschnitt aufgezeigt.

Schlagwörter: Beitrag, Hörfunk, HoRadS, Radio, Rundfunk, Tagesredaktion

Abstract

The presented master theses is a style sheet for other scientific theses in the area of radio broadcasting. The work is based on guidelines for german and international broadcasting. It's used at the Hochschule der Medien in Stuttgart, but can also be spread far over the faculty for the use of plenty of other scientific works and reports. The master theses offers an opportunity which can be used by students. Moreover available for all members of HoRadS e.V. - das Hochschulradio Stuttgart. The composition of a daily editorial department and its meaning will be avowed as well as the different forms of a radiocompilant article. Last but not least the technical equipment is pointed out in the bottom chapters.

Keywords: article, radio station, HoRadS, radio, broadcast(ing), editorial department

¹ HoRadS = Hochschulradio Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	2
Abstract	2
Inhaltsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
Vorwort	7
1 Einleitung.....	8
2 Ziele.....	9
3 Was ist überhaupt HoRadS?.....	10
3.1 Warum sendet HoRadS?	10
4 Die Tagesredaktion.....	12
4.1 HoRadS – eine kleine Redaktion	12
4.1.1 Organisation.....	13
4.1.2 Beitrags Organisation	14
4.1.3 Anruferlisten	15
4.1.4 Beschwerden und Probleme	15
4.1.5 Sponsoring.....	16
4.2 Das Presserecht	16
5 Kontakte und Aufbau eines Presseverteilers.....	18
6 Was ist ein Beitrag? Definitionssache.....	19
6.1 Der inhaltliche Aufbau.....	20
6.1.1 Länge, Sprache, Hintergründe.....	21
6.1.2 Mach mal was Besonderes.....	24
6.1.3 Die Struktur von Audioclips und Archivierung.....	25
6.2 Wann lohnt es sich, einen Beitrag zu machen?.....	26
6.2.1 Welches Thema wird ein Beitrag?	26
6.2.2 Prioritäten.....	27
6.3 Wo bekomme ich O-Töne her?	27
6.3.1 Die Ressourcen für O-Töne	29
6.3.2 Die Netzwerke.....	31

7	Beitragsformen	33
7.1	Der O-Ton	34
7.2	Die Umfrage	36
7.3	Das Interview	36
7.3.1	Das Studiointerview	37
7.3.2	Das Telefoninterview	37
7.3.3	Arten	38
7.3.4	Personen.....	40
7.3.5	Der richtige Ablauf	41
7.4	Besondere Beitragsformen	43
7.4.1	News / lokale News.....	43
7.4.2	Das Wetter	44
7.4.3	Die Comedy	45
7.4.4	Noch mehr Elemente	45
8	Technische Ausrüstung	47
8.1	Audiogeräte.....	50
8.2	Audiobearbeitung.....	53
8.2.1	Audiobearbeitung inhaltlich.....	53
8.2.2	Audiobearbeitung Digital.....	54
8.3	Die HoRadS Studios	56
8.3.1	Groß.....	56
8.3.2	Klein	57
9	Zusammenfassung und Ausblick.....	58
	Anhang A: Das HoRadS Programm	60
A.1	Beispiel: HoRadS Stundenuhr: Morningshow.....	60
A.2	Das Programmschema	61
A.3	Die Audio CD	61
	Anhang B: Tagebuch – ein Querschnitt der ersten zwei Monate bei HoRadS	62
	Glossar.....	66
	Literaturverzeichnis	67
	Weitere Quellen	67
	Erklärung	68
	Stichwortverzeichnis	69

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 01: BLR. O-Ton Downloadportal.	28
Abbildung 02: O-Ton Service. O-Ton Downloadportal.	28
Abbildung 03: HoRadS Studiokopfhörer.	47
Abbildung 04: Der Kopfhörer sitzt so, dass der Moderator noch reagieren kann.	48
Abbildung 05: HoRadS Studiomembranmikrophon.	49
Abbildung 06: Sure SM58 Studiomikrophone. Mit und ohne Poppschutz.	50
Abbildung 07: Kleiner HoRadS MD Recorder mit Mikrophon und Ständer.	51
Abbildung 08: Professioneller HoRadS MD Recorder. Eingebettet mit Mikrophon.	51
Abbildung 09: HoRadS DAT Recorder mit Mikrophon und Ständer.	52
Abbildung 10: Audiospur im Schnittprogramm Adobe Audition.	54
Abbildung 11: Audiospur im Schnittprogramm Samplitude.	55
Abbildung 12: Audiodateien im Adobe Audition Mehrspurverfahren.	55
Abbildung 13: Das HoRadS Sendestudio in Stuttgart-Vaihingen.	56
Abbildung 14: Stundenuhr Morningshow. Stand: Wintersemester 2004/2005.	60
Abbildung 15: Das Programmschema. Stand: Wintersemester 2004/2005.	61

Abkürzungsverzeichnis

Atmo	Atmosphäre
Bit	Beitrag
CvD	Chef vom Dienst
DAB	Digital Audio Broadcasting
DAT	Digital Audio Tape
DRS	Digital Radio System
HBI	Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen
HdM	Hochschule der Medien
HDM	Hochschule für Druck und Medien
HoRadS	Hochschulradio Stuttgart
IHR	Internet Hochschulradio
LfK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
MD	Mini Disc
mp3	MPEG Layer 3 Audio
NKS	Nicht kommerzieller Sender
O-Ton	Original Ton
SFX	engl. Special Effects
UKW	Ultra Kurzwelle

Vorwort

Die hier vorgestellte Masterthesis wurde an der Hochschule der Medien während des Masterstudiums im Wintersemester 2004/2005 entworfen und wurde von mir im Rahmen meiner Mitarbeit bei HoRadS e.V. vervollständigt. Besonderen Dank gilt Prof. Wolfgang v.Keitz, Uwe Saile, Prof. Wibke Weber und den vielen freiwilligen Mitarbeitern von HoRadS, die diese Arbeit erst ermöglicht haben.

Ein Ansporn zur Erstellung der Masterthesis war die langjährige Mitarbeit zuerst beim HBI² Radio, dann HdM³ Radio und letztendlich HoRadS. Durch die Lizenzerteilung der LfK Baden-Württemberg und der damit verbundenen Frequenz 99.2, Kabel 102.1 im Großraum Stuttgart, bekam der neu gegründete Sender HoRadS eine völlig neue Bedeutung und eine erheblich größere Verantwortung, als die damaligen Webradios. Allen Radiointeressierten ist diese Masterthesis primär gewidmet. Aber auch alle anderen Studierenden in unserer Hochschule und anderswo sind herzlich eingeladen, das Ergebnis zu nutzen.

Diese Arbeit erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Das Fachgebiet ist sehr breit gefächert und so mag der eine oder andere gewisse Gebiete oder Fachbegriffe vermissen. Damit Kapitel und Abschnitte auch einzeln für sich gelesen werden können, sind Redundanzen unvermeidbar. Genauso selbstverständlich ist, dass es nicht nur Radiomacher, Journalisten, Redakteure und Moderatoren, sondern auch Radiomacherinnen, Journalistinnen, Redakteurinnen und Moderatorinnen gibt. Es wurde deshalb darauf verzichtet, stets durch die Silbe *–innen* etwas zu dokumentieren.

Gewidmet ist diese Masterthesis Maike.

Über Rückmeldungen (konstruktive Kritik, Verbesserungsvorschläge, Lob), an meine Emailadresse (pierre_seidel@web.de) freue ich mich. Weitere Einblicke in die Arbeit von HoRadS – dem Hochschulradio Stuttgart gibt es auf der Web-Seite <http://www.horads.de>.

Möge diese Dokumentvorlage eine Hilfestellung beim Aufbau einer radiokonformen Tagesredaktion sein!

² HBI = Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen.

³ HdM = Hochschule der Medien.

1 Einleitung

Vor 30 Jahren sagte man, Radio ist ein aussterbendes Medium. Fernsehen und auch Computer werden das Radio ausrotten. Heute weiß man, Radio hat das Fernsehen als täglich genutztes Medium sogar überholt. Über 90% der Bevölkerung in Deutschland hört täglich zumindest einmal Radio. Warum?

“[...] Why? Because radio is my friend. I take it everywhere. I get up with it in the morning. I live with it. I work with it. I relax with it. And, as an insomniac. I sleep with it [...].”⁴

Warum ist Radio immer noch so beliebt? Totgesagte leben länger? Nein, ganz einfach! Weil Radio immer noch das schnellste Medium neben dem Internet ist. So schreiben Chantler / Stewart (2003): „*You can watch it tonight, you can read it tomorrow, but you can hear it now [...].*”

Doch was steckt dahinter? Wie baut man einen Radiosender auf? Insbesondere eine Tagesredaktion? Wie erstellt man einen Beitrag? Was ist ein Beitrag? Wo bekomme ich einen O-Ton her? Was ist ein O-Ton? Wie führe ich ein Interview? Was für Arten von Interviews gibt es? Was ist eine wichtige Nachricht? Welchen Informationsgehalt will ich meiner Hörerzielgruppe vermitteln? Was muss ich rechtlich beachten? Welche technischen Voraussetzungen müssen gegeben sein?

Die kleinen Do's and Don't. Erforderlich sind daher Anleitungen und Hilfestellungen zur Herangehensweise und Aufbau einer Tagesredaktion im Radio. Diese Masterthesis soll eine Hilfestellung bieten für alle Hörfunkschaffenden. Ganz besonders den vielen freiwilligen Mitarbeitern von HoRadS e.V. – dem Hochschulradio Stuttgart.

⁴ Chantler P. / Stewart P. 2003. Foreword XIII.

2 Ziele

Ziel dieser Arbeit ist es, Standards einer radiokonformen Tagesredaktion festzuhalten, weiterzuentwickeln und in Form einer Dokumentvorlage zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus soll diese Arbeit Hinweise geben für die sinnvolle Erstellung von Radiobeiträgen, Arten und Formen, technische Ausrüstung und Herangehensweisen zur Audioproduktion.

Die Masterthesis zeigt aber auch Probleme auf, die bei der Dokumentation und Qualitätssicherung im Hörfunk auftreten. Besonders im Bezug auf eine personell sehr kleine Redaktion.

- Ein wesentliches Ziel dieser Arbeit besteht in den einzelnen Schritten zum Aufbau einer Tagesredaktion im Hörfunk. Die Masterthesis erläutert dies am Beispiel von HoRadS – dem Hochschulradio Stuttgart.
- Ein weiteres Ziel besteht in der Erarbeitung von Beiträgen. Was für Handwerkszeug ist notwendig, um einen sendefähigen Beitrag zu bekommen? Wie sieht die Herangehensweise und Arbeitserleichterung bei der Erstellung aus.
- Zudem sollen die einzelnen Beitragsformen im Bezug auf ein Hochschulradio erläutert werden. Die Verwendung der Masterthesis soll nicht ausschließlich zur Nutzung von Radioschaffenden sein. Beabsichtigt ist ein Angebot, das alle Studierenden nutzen können, aber nicht zu nutzen brauchen.

Alle Masterthesis Nutzenden sollten sich freilich bewusst sein, dass diese Dokumentvorlage einen großen Spielraum offen lässt. Die hier vorgelegte Arbeit eröffnet hierfür *einen* möglichen Lösungsansatz, der den Präferenzen des Autors entspricht. Selbstverständlich gibt es unzählige andere Ansätze, die ebenso brauchbare, wenn nicht noch ansprechendere Ergebnisse vorstellen. Eine sehr empfehlenswerte Art der Verwendung dieser Dokumentvorlage ist daher auch, diese zum Ausgangspunkt für individuelle Weiterentwicklungen zu verwenden. In jedem Fall ist es auch sehr sinnvoll, andere Radioschaffende mit einzubeziehen, denn deren Präferenzen müssen nicht notwendigerweise mit denen des Autors dieser Arbeit übereinstimmen.⁵

⁵ Die nichtkommerzielle Nutzung dieser Dokumentvorlage ist frei. Eine kommerzielle Nutzung bedarf einer Vereinbarung mit dem Autor. **Autor:** Pierre Seidel, Frühlingshalde 2, D-70191 Stuttgart, Tel.: 0711- 2535181, E-Mail: pierre_seidel@web.de .

3 Was ist überhaupt HoRadS?

Seit 1. Januar 2004 sendet das Hochschulradio Stuttgart auf der UKW-Frequenz⁶ 99.2, im Kabel auf 102.1 und über das Internet unter www.horads.de. Rund 100 Studierende beteiligen sich inzwischen am Hochschulradio, Tendenz steigend. Was 1999 als kleines Projekt HBI Radio im Web startete, hat sich zu einem richtigen Sender entwickelt: Aus HBI Radio wurde durch die Fusion der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI) und der Hochschule für Druck und Medien (HdM) das HdM Radio⁷. Aus dem ehemaligen HdM Radio ist nun ein richtiges Hochschulradio geworden.

Getragen wird HoRadS e.V. im Moment von sechs Hochschulen und dem Paritätischen Wohlfahrtsverband. Aus Stuttgart sind die Hochschule der Medien (HdM), die Universität Stuttgart und die Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst beteiligt, aus Ludwigsburg die Pädagogische Hochschule, die Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen sowie die Evangelische Fachhochschule Reutlingen-Ludwigsburg. Damit wird der Hochschulraum Stuttgart-Ludwigsburg hörbar!

HoRadS - wir senden Zukunft ist der Claim des Hochschulradios Stuttgart. Unkonventionell und erfrischend anders sind die Sendeformen und die Inhalte. Nachrichten aus Hochschule und Wissenschaft, sozialpolitische Themen und unbequeme Fragen gehören ebenso zum Programm wie Kinotipps und Veranstaltungshinweise. Die Musikfarbe reicht von klassischer Musik über DJ-Sounds bis hin zu schrägen und experimentellen Tönen. Also kein Format-Radio, kein Mainstream, sondern Radio von Studierenden für Studierende und für all jene Bürger, die sich für Bildung und Wissenschaft, Kunst und Kultur sowie soziale Themen interessieren.

3.1 Warum sendet HoRadS?

Der durchschnittliche Radiokonsument hört sowohl bei den Privaten, als auch bei den Öffentlich-Rechtlichen Anbietern gerade mal ca. 20 Minuten am Stück das Radioprogramm. Warum sollte das bei einem Hochschulradio anders sein? Warum überhaupt Hochschulradio?

Als HoRadS Ende Oktober 2003 den Lizenzierungsbescheid der Landesanstalt für Kommunikation (LfK) erhielt, blieben zwei Monate bis zum Sendestart. Die Rektoren der genannten Hochschulen, der Geschäftsführer des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes, die Landesanstalt für Kommunikation, die Techniker des

⁶ UKW = Ultra Kurzwelle.

⁷ Bis 31. August 2001: Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI), dann Hochschule der Medien (HdM).

Ingenieurbüros Kössinger in Stuttgart und der T-Systems ließen sich von der Radio-Idee anstecken und sorgten dafür, dass HoRadS pünktlich zum 1. Januar 2004 auf der 99.2 auf Sendung gehen konnte. Gesendet wird seitdem von Montag bis Samstag aus der gläsernen Radio-Bar der HdM, ein professionelles Selbstfahrerstudio. Immer vormittags On Air⁸ und 24 Stunden im Internet. HoRadS funktioniert, weil die Studierenden sich engagieren, weil sie das Radiomachen begeistert, weil sie gerne Neuland betreten und sich ausprobieren, vor allem wenn es um Medien geht. Dies erreicht man durch ein Programm vollständig ausgerichtet auf seinen Zielgruppe. Bei HoRadS von Studierenden für Studierende.

Schon vier Monate nach Sendestart zeichnet sich ab,

- dass mit den Studierenden der angeschlossenen Hochschulen und den Mitgliedern des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes ein Vollprogramm gefahren werden kann,
- dass HoRadS seine Zielgruppe erreicht; pro Tag erhält die Redaktion zwischen 10 und 15 Mails mit Kommentaren zum Programm, Fragen zu einzelnen Sendungen, Musikwünschen,
- dass HoRadS nicht nur im Großraum Stuttgart – Ludwigsburg, sondern über das Web in ganz Deutschland gehört wird; als Hörergruppen lassen sich neben den Studierenden vor allem auch Angehörige der Studierenden, Ehemalige, Schüler und Eltern von Schülern identifizieren.

⁸ On Air, etwas geht live über den Äther.

4 Die Tagesredaktion

Die Tagesredaktion ist bei HoRadS in eine Stammredaktion, mit Standort Hochschule der Medien, Wolframstrasse 32 in Stuttgart und mehreren Unterredaktionen unterteilt. Die Stammredaktion versorgt zum Grossteil das On Air Programm der Morningshow und das Tagesgeschehen. Die Unterredaktionen sind in den anderen Hochschulen und dem Paritätischen Wohlfahrtsverband untergebracht und versorgen hauptsächlich die einzelnen Hochschulmagazine mit Inhalten.

Alle produzierten Beiträge laufen in der Stammredaktion zusammen. Die Redaktion ist der Mittelpunkt des Radiosenders. Im Studio läuft eine Sendung ab, doch in der Redaktion stecken die Wurzeln, hier wird bestimmt was letztendlich On Air geht.

4.1 HoRadS – eine kleine Redaktion

“The key thing to remember is that you cannot do everything, certainly not at once. Do not try. Learn to create priorities and deal with them in order.”⁹

Für den Aufbau einer Tagesredaktion sollte man sich zuerst wohnlich einrichten. HoRadS ist im ständigen Aufbau und durch die Fluktuation des Personals wird es auch noch eine ganze Weile dauern, bis alles von alleine läuft. Am Anfang reicht ein Tisch, ein Stuhl, ein Computer, ein Drucker, Büromaterial, Papier, und ein Telefon. Ist das vorhanden, kann es losgehen.

Kontakte knüpfen und Adressen sammeln:

Kontakte sind beim Radio, auch bei HoRadS, enorm wichtig. Die Leute müssen wissen, wer und was HoRadS ist. Zuerst wurden wichtige Kontakte zu Notfallstellen, wie Polizei und Feuerwehr, hergestellt. Als nächstes zu Organisationen und größeren Firmen. Wenn möglich, sollte man versuchen alle Institutionen persönlich zu besuchen. Ein zugeordnetes Gesicht bringt manchmal mehr als ein langes Telefongespräch.

Alle Kontaktpersonen haben besseres zu tun, als sich mit Pressemitteilungen herum zu schlagen. Von daher ist eine ständige Kontaktpflege unumgänglich. Zusätzlich bietet es sich an, über einen eigenen Presseverteiler auf das Programm von HoRadS hinzuweisen. Jede Art der Bekanntmachung sollte man ausnutzen.

⁹ Chantler P. / Stewart P. 2003. S.207.

4.1.1 Organisation

Eine gute Organisation ist das Wichtigste. Chaos zwischen tausenden von Handzetteln, Zeitungen, Zeitschriften und Essensresten ist ein Alptraum. Chantler / Steward (2003) schreiben dazu: „*So run a newsdesk as you would run a military operation.*“

Bei HoRadS wurde zuerst ein simples Tagesarchiv aufgebaut. Ein Ordner der jedem zur Verfügung steht, wird mit einem Monatsregister ausgestattet. Einladungen zu Pressekonferenzen, wichtige Termine oder Interviews können hier auf bestimmte Tage zugeordnet werden.

Ein zusätzliches Ablagefach für offene, nicht datierte Themen steht ebenfalls zur Verfügung. Diese sind nicht auf einen bestimmten Zeitpunkt fixiert. Sie können *geschoben* werden und bei einem Beitragsengpass wieder herausgeholt werden.

Papier fällt leider immer noch eine Menge an. Das Computerzeitalter hat nicht gehalten, was es versprochen hatte – eine papierlose Zeit. Stattdessen steigt der Papierverbrauch sogar. Mehrere einfache Ablagefächer und Ordner halten die Papierflut geordnet zusammen. Eine einfache Schiferntafel oder ein Übersichtsplan mit den Wochentagen ist zum Eintragen von konstanten und fluktuierenden Terminen sinnvoll. Was für Themen sind diese Woche wichtig? Was muss noch bearbeitet werden? Wann finden Interviewtermine statt? Eine einfache Möglichkeit für alle Mitarbeiter die Übersicht zu behalten. Je mehr und je früher man vorbereitet ist, desto besser und leichter wird später die Bearbeitung.

Interviews und Beiträge werden bei HoRadS trotz vieler freiwilliger Mitarbeiter noch von relativ wenigen gleich bleibenden Mitarbeitern ausgeführt. Die Tagesredaktion besteht dauerhaft aus max. 2 bis 3 Mitarbeitern. Gerade bei kleinen Radiostationen muss darauf geachtet werden, sich nicht zu überfordern. Stehen z.B. 15 Interviewtermine an, macht es wenig Sinn, alle einhalten zu wollen und dann mit jeweils einer halben Stunde Rohmaterial zurück zu kommen. Das alles durch zu hören und zu bearbeiten ist ein enormer Zeitaufwand. Wichtig ist es, den Überblick zu behalten, selektieren was wirklich wichtig ist und dann das Interview auf das Wesentliche verkürzen. Kommt man von einem Pressetermin mit Rohmaterial von 3 bis 5 Minuten zurück, kann man die Arbeit effektiver beenden. Ausnahme: Das Interview entwickelt sich zur Sensation.

Der Programmablauf ist auch für die Tagesredaktion ein enorm wichtiger Bestandteil. Mit einem strukturierten Programmablauf, kann sich der Hörer leichter identifizieren als mit hunderten von einzelnen Sendungen, die im schlimmsten Fall jede Woche zu unterschiedlichen, unregelmäßigen Zeiten laufen. Vorproduzierte Beiträge laufen immer zu einem festgelegten Zeitpunkt. Bei HoRadS liegt der um ungefähr :20.

4.1.2 Beitrags Organisation

Jeden Tag fließen aus verschiedensten Quellen Nachrichten, Pressemitteilungen, Events und Einladungen in die kleine HoRadS Redaktion. Um nicht den Überblick zu verlieren und Termine zu verpassen, wurden mehrer Ordner angelegt.

Der Terminordner:

Ein einfacher *Leitz Ordner* mit einem Monatsregister von 1 bis 31, für jeden Tag ein Fach reicht aus. Jeder Termin kann jetzt ausgedruckt und einem Tag genau zugeordnet werden. Bei der morgendlichen Redaktionskonferenz stehen dann alle täglichen Termine sofort zur Verfügung. Verfallene oder erledigte Termine werden entfernt.

Der Kontaktordner:

Der Kontaktordner lässt sich ebenfalls auf Papier ordnen, erfolgt aber bei HoRadS elektronisch im Computer. Es gilt die einfache Regel: Jeder einmal angerufene Kontakt wird für die Zukunft notiert. Es bietet sich an, Kontakte nach Kategorien unterzuordnen, z.B. Notfallnummern, Studentisches, Unterhaltung, Technische Firmen, Wissenschaftliche Firmen oder ähnliches.

Das Beitragsarchiv:

Bis heute wurden alle gesendeten Beiträge von HoRadS elektronisch archiviert. Einerseits um dem Hersteller als Referenz zu einem späteren Zeitpunkt zu dienen, andererseits aus rechtlichen Gründen. So besteht immer das Beweismittel bei rechtlichen Schritten gegen HoRadS. Allerdings muss dabei erwähnt werden, dass Audiomaterial letztendlich vor Gericht selbst nicht wirksam ist.

Die Kopien:

Das Abheften von Kopien z.B. Beiträge, Briefverkehr, Faxe und Emails erleichtern das Wiederauffinden im Notfall.

Das Haldefach:

Das Haldefach ist eine einfache Büroablage mit Themen für Beiträge, die nicht sofort abgearbeitet werden müssen, oder können. Die Themen liegen in Papierform vor. Diese sind relevant für HoRadS, können aber auch zu einem späteren Zeitpunkt, evtl. bei einem Beitragsengpass, verwendet werden.

Das Letzte:

Der letzte Ordner ist der Abfallordner, die Mülltonne. Gerade in der Tagesredaktion sammelt sich schnell eine Menge Material an. Vieles wird aufgehoben, weil man vielleicht später noch Verwendung dafür findet. Leider sammelt sich auch sehr schnell, sehr viel Müll an. Man sollte sich nicht davor scheuen, Dinge zu löschen und wegzuwerfen. Jedoch nicht, ohne vorher nochmals darüber zu fliegen. Es könnte ja noch eine gute Story dabei sein.

4.1.3 Anruferlisten

Tabellen und Listen gibt es viele in einer Tagesredaktion. Die meisten werden elektronisch im Computer gespeichert, z.B. Gewinnerlisten, Kontakte, Adressen. Die wichtigsten Nummer und Ansprechpartner sollten allerdings ausgedruckt für jeden schnell und einfach einsehbar sein. Das sind Notfallnummern mit Ansprechperson und gegebenenfalls die Erreichbarkeit. Das sind aber auch sonstige Personen innerhalb der Redaktion, freie und freiwillige Mitarbeiter.

HoRadS muss auf seine ganz eigene Art versuchen *exklusiv, anders und trotzdem professionell* zu sein. Jeden Tag etwas Neues bieten, was den Dudelfunkhörer überrascht.

4.1.4 Beschwerden und Probleme

Beschwerden und Probleme On Air sowie Off Air kommen immer wieder vor. Wichtig ist hierbei: Keine Panik.

Auch bei HoRadS kommt es vor, dass Menschen anrufen und sich über den Inhalt, das Musikprogramm oder eine Darstellung in einem Beitrag beschweren. Das Beste ist, sich in aller Ruhe die Beschwerden anzuhören. Dann Notizen machen und wenn möglich, Namen und Telefonnummer des Anrufers aufschreiben. Später kann man die betreffende Person immer noch mal zurückrufen. Ausreden lassen, beschwichtigen, sich dem Betreff widmen und versprechen zurückzurufen. Meistens können sich die Menschen durch den simplen Anruf, den Frust schon von der Seele reden und belästigen die Redaktion nicht nochmals.

Wie schon erwähnt, werden alle Beiträge von HoRadS über einen längeren Zeitraum archiviert. Somit lässt sich auch relativ schnell nachprüfen, ob ein Fehler der Redaktion vorliegt oder der Anrufer nur unaufmerksam zugehört hat. Sollte der Fehler bei HoRadS liegen, wird zurück gerufen. Es ist besser sich ehrlich zu entschuldigen, als etwas vorzulügen. Ein Radiosender soll Vertrauen bei den Hörern erwecken. All zu oft werden die Hörer als dumm verkauft.

Liegt ein konkretes Problem vor, werden die nötigen Schritte in die Wege geleitet. Gespräche mit den studentischen Reportern werden geführt. Ist das Problem damit beim Hörer noch nicht erledigt, kann der *Geschädigte* als nächsten Schritt, alle Sorgen nochmals schriftlich einreichen. In den meisten Fällen kommt nichts weiter dabei heraus. Auf jeden Fall dauert es einige Zeit und das gibt HoRadS wiederum die Zeit, sich ausdrücklich auf die Beschwerde vorzubereiten.

Jetzt wird's schlimm! Gehen die Beschwerden über den üblichen Programmablauf hinaus und betreffen sie nicht mehr nur die Beiträge von HoRadS, werden weitere Schritte in Erwägung gezogen. Gegebenenfalls besteht bei Fehlverhalten oder Falschmeldungen Seitens HoRadS immer noch die Möglichkeit einer Gegendarstellung. Eine gründliche Recherche vorab ist daher unabdingbar.

4.1.5 Sponsoring

Grundsätzlich ist es HoRadS als NKS¹⁰, nicht gestattet Werbeplätze zu verkaufen und damit Werbung im Programm zu haben. Trotzdem ist es erlaubt Sponsoring zu betreiben.

„Das Sponsoring ist nach dem neuen Rundfunkstaatsvertrag als eine eigenständige Finanzierungsform neben den Rundfunkgebühren und der Werbung anzusehen [...]. Dabei stellt sich der finanzielle Beitrag des Sponsors – anders als der Preis für eine Werbeschaltung – nicht allein als Gegenleistung für die kurze Nennung am Anfang und am Ende einer Sendung dar. Vielmehr soll er den Imagegewinn abgelden, der dem Sponsor an der allgemeinen Wertschätzung der von ihm gesponserten Sendung und des von ihm gesponserten Programms teilhaben lässt [...]. Auf die Finanzierung durch den Sponsor muss zu Beginn und am Ende der jeweiligen Sendung in vertretbarer Kürze deutlich hingewiesen werden. Weitere qualifizierende Zusätze, z.B. über die Eigenschaften des Produktes, würden aus dem Sponsorhinweis aber eine Schleichwerbung machen und sind daher nicht gestattet.“¹¹

Soweit der juristische Text, woraus hervorgeht, dass Sponsoring keine Werbung ist, und somit auch nicht den nicht-redaktionellen Beiträgen zuzuordnen ist. HoRadS betreibt seit Juli 2004 Sponsoring.

4.2 Das Presserecht

Die Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit werden durch Artikel 5 des Grundgesetzes verfassungsrechtlich garantiert:

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“¹²

Eine freie, keiner Zensur unterworfenen Presse wird als wesentlich und unentbehrlich für eine moderne Demokratie angesehen. Die Presse tritt dabei als ein Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung auf. Dies gilt auch für relativ kleine Hochschulradios wie HoRadS. Es bedeutet aber auch, dass die Presse keinen staatlichen Anweisungen unterliegt. Dennoch gibt es Richtlinien und Grenzen, die journalistisches Arbeiten in bestimmte

¹⁰ NKS = Nicht kommerzieller Sender.

¹¹ LaRoche / Buchholz 1997. S.290 f..

¹² Siehe auch: <http://www.artikel5.de>, Datum des Zugriffs: 03.11.04.

Bahnen lenkt. Die Rechte der Presse, die im Artikel 5 des Grundgesetzes festgeschrieben sind, werden dort auch eingeschränkt. Wenn die Presse nämlich

- gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt,
- die Berichterstattung dem Jugendschutz widerspricht oder
- die persönliche Ehre eines Menschen verletzt wird,

dann findet die Freiheit der Presse ihre Schranken.

Die journalistische Sorgfaltspflicht:

Die Persönlichkeitsrechte von Menschen zu wahren, ist ein Teil der journalistischen Sorgfaltspflicht. Ein Journalist sollte außerdem nie ungeprüft eine Information aus einer Quelle als Tatsache hinstellen. Lässt sich nicht zweifelsfrei klären, welche von zwei unterschiedlichen Aussagen stimmt, dann sollten in einem Bericht beide Aussagen dargestellt werden. Die Berichterstattung sollte also objektiv und ausgewogen sein - das heißt auch unterschiedliche Meinungen berücksichtigen.

Leser, Hörer und Zuschauer sollten sich ein Urteil bilden:

„Unter Berücksichtigung der journalistischen Sorgfaltspflicht, erfüllt die Presse eine öffentliche Aufgabe: Sie beschafft Nachrichten und verbreitet sie. In den verschiedenen journalistischen Darstellungsformen nimmt sie auch Stellung und übt Kritik. Auf diese Weise wirkt die Presse an der Meinungsbildung mit.“¹³

¹³ Webseite des NDR: <http://www1.ndr.de>, Datum des Zugriffs 03.11.04.

5 Kontakte und Aufbau eines Presseverteilers

Die Beitragsredaktion braucht einen ausgezeichneten Adressenverteiler. Eine einfache Art und Weise bestimmte Adressen und Telefonnummern schnell und einfach wieder auf zu finden. Einen einfachen A-Z Index von Personen und Firmen.

Eine simple Regel besagt, dass jede benutzte Telefonnummer abgespeichert werden soll. Jede Person wird bestimmt ein zweites Mal angerufen. All zu oft scheitern gute Tagesredaktionen an schlechten Kontakten.

An schlechten Tagen mit wenigen Beitragsmöglichkeiten lohnt es sich daher, bestehende Kontakte aufzufrischen und Personen und Firmen kurz anzurufen. Oftmals ergibt sich eine spontane Situation für einen schnellen Beitrag. Ansonsten sorgt man dafür, dass die eigene Redaktion nicht in Vergessenheit gerät.

6 Was ist ein Beitrag? Definitionssache

“The business of radio is to communicate. [...] You must know what you want to say – and you must say it with directness, simplicity and precision. [...] If you do not make the news interesting, the listener may hear the stories but they will not sink in.”¹⁴

K.I.S.S. - *Keep it short and simple*. Auch diese Regel gilt und wird bei HoRadS verwendet. Ein Beitrag, eine Geschichte sollte kurz gehalten werden. Allerdings wird die Story nicht in der ersten Zeile erzählt, sondern der Hörer wird mit eingespannt und erlebt die Geschichte knapp erzählt bis zum Ende. Die Neuigkeit erfolgt im Laufe des ersten Satzes.

...keep it simple. Je einfacher ein Beitrag erzählt wird, desto eher versteht der Hörer worum es geht. HoRadS erklärt in seinen Beiträgen wissenschaftliche Hochschulthemen auf eine einfache, verständliche und durchaus auch lustige Art und Weise. Nicht das am Intellekt der studentischen Hörer gezweifelt wird. Das Problem liegt eher daran, dass der Radiohörer an sich, nur mit einem Ohr zuhört. Deshalb wird eine Geschichte *kinderleicht* erzählt. Auch wissenschaftlich anspruchsvolle Themen können *kinderleicht* erzählt werden. Darin liegt die Herausforderung der Beitragsproduzenten von HoRadS. Radiobeiträge sind aktuell. Das ist der Vorteil gegenüber anderen Medien. HoRadS Beiträge finden jetzt statt und nicht in der Vergangenheit.

Beiträge müssen interessant klingen. Nur dann kommen sie beim Hörer an. Langweilige Beiträge sind tödlich für einen Radiosender. HoRadS sendet keinen Mainstream. HoRadS sendet von Studierenden für Studierende. Der Sender soll trotz seinem *alternativem* Programm professionell klingen. Aus diesem Grunde hat man eine verstärkte Zusammenarbeit mit den Sprecherziehern der Musikhochschule Stuttgart in die Wege geleitet. Eine ordentliche Aussprache und Betonung garantiert auch den Beiträgen von HoRadS eine unverwechselbare Individualität. Eine genauere Betrachtung der Sprecherziehung würde den Rahmen dieser Arbeit überschreiten. Jedoch sei erwähnt, dass eine ständige Arbeit an Körperhaltung, Atmung, Stimme und Aussprache unumgänglich für eine herausragende Moderation und die Beitragsproduktion bei HoRadS ist.

¹⁴ Chantler / Steward 2003. S.50.

6.1 Der inhaltliche Aufbau

Anhand einer einfachen Liste lässt sich überprüfen, ob alle offenen Fragen für den Hörer beantwortet werden.

- **W** o
- **W** ann
- **W** ie
- **W** eshalb
- **W** er ist am Ereignis beteiligt?

Die W-Fragen oder die berühmten W's stehen immer am Anfang, wenn es darum geht, den Aufbau einer Meldung zu bestimmen. Die Fragen nach dem Was, Wo, Wann und Wie werden im ersten Satz beantwortet.

Der Audio Beitrag:

Der Audio Beitrag ist bei HoRadS im Ganzen vorproduziert. Dies liegt an der Fluktuation der Mitarbeiter. Im Klartext: ein Audio Beitrag bekommt eine Anmoderation, einen oder mehrere O-Töne¹⁵ mit Zwischenfragen und eine Abmoderation. Unterlegt werden kann das Ganze mit einem Musikbett und verschiedenen SFX¹⁶. Dies ist allerdings nicht zwingend.

Die Anmoderation:

Die Anmoderation sollte kurz in das Thema einführen. In wenigen Sätzen muss dem Hörer klar verständlich sein, um wen es sich handelt, was für ein Thema angeschnitten wird, wo und wann etwas passiert und warum es HoRadS wichtig ist, darüber zu berichten. Es gilt so einfach und verständlich wie möglich zu schreiben. Für die Moderation jeden Satz klar aufschreiben und in einer neuen Zeile beginnen. Bei jedem Satz bedenken: *Keep it short and simple*.

Die O-Töne:

Die O-Töne sind so geschnitten, dass sie sich den Fragen der Anmoderation und der Zwischenfragen eingliedern. Es wird der Eindruck eines direkten Interviews oder eines Gespräches erweckt. Dabei ist es nicht weiter schlimm, dass der Interviewer seine Fragen im Nachhinein im Studio einspricht und die interviewte Person evtl. Nebengeräusche so genannte Atmo¹⁷ im O-Ton mit einbringt. Wichtig ist nur, dass keine Doppelten Antworten gegeben werden.

¹⁵ O-Ton = Original Ton.

¹⁶ engl. Special Effects = Audio Spezialeffekte.

¹⁷ Atmo = Audio Atmosphäre.

Meistens unbewusst passiert es, dass die Anmoderation oder die Zwischenfragen die Antworten oder den Gesprächstext der interviewten Person schon vorwegnehmen. Doppelte Antworten sollten peinlichst vermieden werden, denn sie nehmen dem Hörer die Spannung und verkaufen ihn gleichzeitig als dumm. Es entsteht der Eindruck, der Hörer versteht nicht worum es geht und daher wird es ihm lieber zweimal erklärt.

Die Abmoderation:

Die Abmoderation geht nochmals kurz auf das Gesagte ein, ohne eine Wertung abzugeben. Ausnahme: es handelt sich um einen Kommentar. Dem Hörer wird die Möglichkeit gegeben, das soeben Erfahrene nochmals zu reflektieren. Wenn möglich, werden hier nochmals weiterführende Serviceinformationen an den Hörer gegeben, wie z.B. Internetadressen oder Telefonnummern.

6.1.1 Länge, Sprache, Hintergründe

Länge:

Ein Beitrag bei HoRadS ist ca. zwischen 1:30 und 2:30 Minuten lang. In dieser Zeit muss die Geschichte klar und deutlich erzählt werden. Im Radio ist das Geschichten erzählen eigentlich total einfach. Eine gute Geschichte erzählt sich fast von selbst. Worum geht es, was will man erzählen? Worauf kommt es an?

Die HoRadS Beiträge sind möglichst genau auf den Hörer zugeschnitten. Nicht für die Masse Stuttgart, sondern für den studentischen Hörer. Ein Beitrag muss für das Ohr produziert werden, nicht für das Auge. Er muss sich aber vor dem geistigen Auge visuell abspielen. Ein HoRadS Radiobeitrag erzählt seine Geschichte nicht in Schlagzeilen wie die Zeitung, sondern wie von einem Freund. Nicht umgangssprachlich, aber wortgerecht verständlich. Fremdworte werden, soweit wie möglich, vermieden. Die Sätze sind kurz und knapp. Es gilt die saloppe Regel: Ein Satz hat nicht mehr als 15 Wörter.

Sprache:

Die Sprache ist das Wichtigste bei einem Beitrag. Die Grammatik ist daher ebenfalls ein elementarer Bestandteil eines Beitrags. Es gibt kein Richtig oder Falsch bei Radiobeiträgen. Jede Sendeanstalt muss seine eigene Sprache finden. So auch HoRadS. Jedoch liegt auch hier in der Kürze die Würze. Vermieden werden sollten unnötige Füllwörter wie in die Länge gezogene Ja oder Äh.

Mit der Sprache soll die Geschichte kurz und präzise auf den Punkt gebracht werden. Weiterhin sollten nichts aussagende Wörter oder Sätze wie ein z.B. *ein bunter Abend* oder *viele Überraschungen* vermieden werden. HoRadS bringt es auf den Punkt. Heute Abend gibt's eine Tombola, ein Karussell und eine Würstchenbude.

Wie schon angesprochen ist die Grammatik ebenfalls enorm wichtig. Besonders Singular und Plural gebühren bei Radiobeiträgen Aufmerksamkeit. Abkürzungen und Verkürzungen sind umgangssprachlich in Gebrauch. Anwendung findet dies auch insbesondere bei Radiobeiträgen. Es zählt nicht *gibt es* und *hat es*, sondern eher

...*heute gibt's* und ...*hat's*. Es ist sinnvoll sich selbst die Texte laut vorzusprechen, oder kurz einem Mitarbeiter zu erzählen worum es geht. Dann das Gesprochene dem Wortlaut nach aufschreiben. Doch Vorsicht bei Umgangssprache. Dialekt und Insiderwörter haben bei Beiträgen nichts verloren. Es sei denn, es handelt sich um einen Beitrag zu diesem Thema. Auch Fachjargon ist selten von Vorteil. Die Mehrzahl der Hörer verstehen den Kontext nicht und haben auch keine Möglichkeit zurückzuspulen und nachzufragen. Daher *kinderleicht* erklären worum es geht.

Klischees:

Vorsicht mit Klischees. Der Hörer merkt sich wiederholt auftauchende Klischees. Zu schnell wird ein Radiosender dadurch ebenfalls mit einem bestimmten Klischee abgestempelt. Italiener essen nicht nur Spaghetti, die Deutschen sind nicht nur ordentlich, Frauen kaufen nicht immer ein und Männer trinken nicht nur Bier. Ein Radiobeitrag betrachtet die Themen objektiv und nimmt gegebenenfalls Stellung.

Namen:

Bei HoRadS werden Namen voll ausgesprochen. Zu einem Vornamen gehört also auch ein Nachname. Zudem hat die besprochene Person auch in den meisten Fällen immer noch eine Funktion. So z.B. Bundeskanzler Gerhard Schröder. Nicht Herr Schröder. Das könnte in diesem Fall dann auch der Hausmeister sein. Bei Personen der Geschichte z.B. Personen der Bibel, entfällt dies allerdings oftmals. Noah ist Noah und nicht Archenbauer Vater Noah.

Daten:

Für Daten gibt es keine vorgeschriebene Form bei HoRadS. Daten sollten so genau wie möglich genannt werden, wenn gleich sie bekannt und relevant für den Beitrag sind. *Die Terroranschläge auf das World Trade Center in New York erfolgten am 11. September 2001.*

Zahlen:

Zahlen können lang und verwirrend sein. Zur Verständlichkeit sollten sie so einfach wie möglich gestaltet werden, ohne von der Wirklichkeit abzuweichen. Der Hörer dankt es mit Verständnis. Also aus 200.000 wird 200tausend und aus 4,975% wird nahezu 5% oder aus 3957 Menschen werden ca. 4000 Besucher.

250 Euro sind ausgesprochen dann auch zweihundertfünfzig und nicht zweihundertundfünfzig. Lange Sätze mit mehr als drei Zahlen verwirren ebenfalls. In diesem Fall bietet es sich an, die Sätze aufzutrennen und weniger Zahlenmaterial zu verwenden.

Vergleiche:

Vergleiche sind wichtig, damit der Hörer sich mit der nicht bekannten Thematik identifizieren kann. HoRadS Hörer sind in der Mehrzahl Studierende. HoRadS vergleicht Dinge mit denen sich der Hörer identifizieren kann. *Tischtennisballgrosse Hagelkörner sind auf Stuttgart gestern niedergegangen. Der Asteroid war nur so gross wie eine Murmel, also ungefährlich.*

Reizwörter:

Reizwörter kommen immer wieder vor und man sollte vorsichtig mit ihnen umgehen. Gerade in den Medien ist es vorteilhaft, sich nicht mehr Feinde als nötig zu machen. Es gibt eine Vielzahl an Themen, die missverstanden werden können und immer ein Reizthema bleiben werden. Rassendiskussionen, Sex, Religion und Politik sind schwierige Themen, die man leicht in den falschen Hals bekommen kann. Ein Schwarzer ist ein Schwarzer und nicht ein Farbiger, genauso wie ein Weißer ein Weißer und ein Asiat ein Asiat ist. Feuerwehrmänner werden zu Feuerwehrleute oder die Feuerwehr. Homosexuelle sind homosexuell und nicht Schwule. Der Blinde wird zu blinde Menschen und Psychopathen werden so zu Personen mit mentaler Krankheit, oder mental kranke Menschen.

Vorsicht auch mit Ausdrücken wie Radikal oder Extremist. Falsch verstanden, führt das zu unausweichlichen Problemen. Das Wort kann eine gefährliche Waffe sein. Deshalb auch hier so einfach wie möglich, ohne bestimmte Randgruppen zu beleidigen.

Akustische Hintergründe:

Bei vielen Interviews sitzt man in einem geschlossenen Raum. Dies gewährleistet Ruhe, aber zugleich auch Stille. Das Problem sind oftmals die leeren Räume oder zuviel Metal im Raum. Das Resultat: Die Aufnahme klingt recht hohl und manchmal wie in einem leeren Schwimmbad. Gerade für O-Töne ist es wichtig Atmosphäre zu schaffen. Das Radio lebt von akustischer Genauigkeit. Der Fabrikdirektor sollte neben einem Fließband aufgezeichnet werden. Der Klempner mit der Zange am Rohr. Wichtig ist nur, dass die Atmo nicht zu laut und damit störend ist.

Beim Fertigstellen des Beitrags im Studio besteht zudem die Möglichkeit, mit Hilfe von Audio CDs nachträglich Atmo in den Beitrag einfließen zu lassen. So kommt auch bei HoRadS ein Vogelgezwitscher oftmals nicht von einem echten Vogel, sondern nur von einer CD.

Richtigkeit und Echtheit:

Beiträge bei HoRadS müssen genauso wie Beiträge anderer Radiostationen der Wahrheit, Richtigkeit und Echtheit entsprechen. Es gibt nichts schlimmeres als einen zusammengeschusterten, billigen Beitrag, der nicht der Wahrheit entspricht. Informationen müssen überprüft werden. Unsicherheiten bei Interviewterminen und auftretende Probleme sind im Vorfeld meistens zu klären. Bei Pressekonferenzen und Konzerten gibt es im Normalfall Ansprechpersonen, die für Fragen zur Verfügung stehen. Diese Kontakte sollte man auch nutzen.

Wenn etwas mal daneben geht, ist dies nicht unbedingt schlimm. Es ist aber nicht der Fehler von HoRadS, sondern die des zuständigen Reporters. Am besten überprüfen, überprüfen und nochmals überprüfen. So schreiben auch Chantler und Stewart (2003) *“The best advice is check, check and check again.”*

Der gute Geschmack:

Der gute Geschmack kommt natürlich auch bei HoRadS nicht zu kurz. Über Geschmack lässt sich ja bekanntlich streiten. HoRadS sendet von Studierenden für Studierende. Hier lässt sich eine Menge Satire, Ironie, Witz und auch mal *Bad Taste* unterbringen. Jedoch muss man beim Radio allgemein aufpassen, seine Hörer nicht mit allzu sehr heftigen Details zu konfrontieren. *Uni Rektor Dieter Fritsch starb bei einem Zusammenprall mit einer Dampfwalze und sein Kopf wurde regelrecht von der Rolle zerquetscht bis das Blut aus Augen und Ohren floss.*

Themen wie Sex und Gewalt können von einem Campusradio durchaus aufgegriffen werden. Allerdings werden auch diese Themen bei all zu heftiger Darstellung, von der HoRadS Redaktion entschärft.

Zensur:

Eine Zensur findet nicht statt.¹⁸

6.1.2 Mach mal was Besonderes

Ein fertig gebauter Beitrag soll den Zweck erfüllen, die Hörer zu informieren, aufzuklären und zu unterhalten. Durch kleine Tricks und Regelverstöße kann man Beiträge noch etwas aufpeppen.

Zum Beispiel kann man Beiträge mit einem kleinen musikalischen Aufhänger starten. Nicht gleich mit der Moderation beginnen. Hörer reagieren auf ungewöhnliche Musik stärker, als auf die aktuelle Musikrotation.

Beiträge live senden. Bei HoRadS ist das allerdings auf Grund von technischen Details nur bedingt möglich. Als Beispiel dienen aber kurze Telefoninterviews, Gäste- und Liveumfragen vor dem Sendestudio. *Es ist 8 Uhr 34. Am Mikro ist [...] und wir sind hier live in der großen Studentenmenge ca. 15 Minuten vor den alles entscheidenden Klausuren. Wie ist die Stimmung im Moment?*

Den Hörer auf den Beitrag vorbereiten, aufmerksam machen und das Interesse wecken. Dies geschieht in Form eines *Teasers*¹⁹. Was bekommt man gleich zu hören? Warum lohnt es sich dran zu bleiben? Der Hörer bekommt im vorherigen Moderationsblock in zwei bis drei Sätzen kurz erklärt, was ihn erwartet. Eine vollständige Aufklärung erfolgt dann im Beitrag selbst. Dies kann durch den Moderator wörtlich, oder durch einen kurzen Ausschnitt aus dem Beitrag geschehen.

¹⁸ Siehe dazu auch Abschnitt 4.2.

¹⁹ Teaser (engl.) = Quälgeist, harte Nuss. Man quält den Hörer, indem man ihm noch nicht alles verrät, sondern nur einen Hinweis auf das gleich Folgende gibt.

6.1.3 Die Struktur von Audioclips und Archivierung

Audioclips können auf mehrere Arten archiviert und bereitgestellt werden. Im Computer sollen sie schnell und einfach wieder auffindbar sein. Jeder Radiosender hat da sein eigenes System. Bei HoRadS wurde eine relativ einfache Zahlen-Text Kombination eingeführt. 040923 Masterarbeit ist ein O-Ton zum Thema Masterarbeit. Erstellt im Jahr 04, im Monat 09, am Tag 23. Im Computer lassen sich so O-Töne schnell und einfach wieder auffindbar machen. Sie sind zuerst nach einer Zahlenkombination geordnet. Es besteht die Möglichkeit O-Töne aufsteigend oder absteigend aktuell zu ordnen. Worum es geht, wird dann einfach noch in einem kurzen Wort hinten dran gesetzt.

Ein fertiger Beitrag unterscheidet sich optisch nur geringfügig, aber sinnvoll von der eigentlichen O-Ton Archivierung. 040923 Bit Masterarbeit wäre bei HoRadS ein fertiger Beitrag. 04 steht für das Jahr, 09 für den Monat, 23 für den Tag, Bit als Abkürzung für Beitrag und das Wort Masterarbeit ergänzend zum Thema. Alle sendefertigen Beiträge werden, bevor sie On Air gehen, vom CvD²⁰ angehört und für sendetauglich oder nicht sendetauglich eingestuft. Er trägt die Verantwortung für alles, was später On Air zu hören sein wird.

Alle Beiträge müssen bei HoRadS derzeit als .mp3²¹ Dateiformat gespeichert werden. Der Beitrag muss neben der vollständigen Bezeichnung auch mindestens mit dem ID3v1 tag ausgestattet sein. Dieser tag²² gibt dem Titel die zusätzlichen Erkennungsmerkmale wie Künstler, Albumtitel des Songs, Erscheinungsjahr, Genre und ein extra Fenster für zusätzliche Kommentare. Dadurch wird eine vollständige Wiedererkennung ermöglicht. Die Beiträge werden täglich an den richtigen Sendeplatz in das DRS²³ System vom CvD gepflegt. Fertig bearbeitet und richtig eingestellt können sie nun vom jeweiligen Moderator genutzt werden. Ein gut gemachter Beitrag kann bei HoRadS durchaus mehrmals im Programm auftauchen.

Archivierung:

Bei HoRadS besteht wie bei vielen anderen Radiostationen Archivierungspflicht. Eine gute Dokumentation der Beiträge ist sinnvoll, da bestimmte Storys aus anderen Blickwinkeln betrachtet evtl. wieder interessant werden können. Wenn man dann schon O-Töne vorliegen hat, erleichtert das der Redaktion die Arbeit um ein Vielfaches. Manche Storys sind auch mit einer Berichterstattung nicht abgeschlossen. Themen können sich über Tage, Wochen, Monate und sogar Jahre hinziehen.

²⁰ CvD = Chef vom Dienst, verantwortlicher Redakteur.

²¹ mp3 = MPEG Layer 3 Audio. Eingetragenes Dateizeichen des Fraunhofer Instituts.

²² tag = engl. für Schildchen, Etikett. Etwas etikettieren, auszeichnen, anhängen.

²³ DRS = Digital Radio System.

6.2 Wann lohnt es sich, einen Beitrag zu machen?

Es gibt zwei Fragen, die man sich als Redakteur stellen muss. Erstens: Ist es eine Meldung wert? Zweitens: Kann sich der Hörer damit identifizieren? Ist die Antwort beides Mal *Ja*, hat man eine Story bzw. einen Beitrag.

Einweisung des Reporters, Redakteurs oder Praktikanten:

Als Interviewer muss man wissen, um was für ein Thema es sich handelt. Der Interviewer muss eingewiesen werden. Aus was für einem Blickwinkel ist es ratsam den Beitrag auszuleuchten? Wie lange hat man Zeit, den Beitrag zu vollenden? Welche Personen sind besonders wichtig zu interviewen? Handelt es sich um eine Umfrage oder ein individuelles Interview? Welche Seite stellt mein Interviewpartner dar? Auch Chantler und Steward (2003) schreiben: „*There is no time in the newsroom for confusion.*“

Embargos:

Beiträge können mit einem Embargo belegt werden. Ein Embargo ist eine zeitliche Sperre zur Veröffentlichung des Beitrags. Damit soll verhindert werden, Informationen die zeitlich datiert sind, frühzeitig an die Öffentlichkeit zu bringen. Zum Beispiel ein Radiobeitrag über die Bekanntgabe der letzten Klausurergebnisse. Embargos sind zu respektieren und einzuhalten. In besonderen Fällen kann der Urheber das Embargo auch frühzeitig aufheben.

6.2.1 Welches Thema wird ein Beitrag?

Bevor ein Beitrag entsteht, muss man sich erst einmal im Klaren sein, ob die Story für einen Beitrag relevant ist. Ist das Thema wichtig für die Hörer? Wie können sie sich damit identifizieren? Interessiert es die Hörer und wie beeinflusst es die Hörer? HoRadS ist ein Hochschulradio, also sind die Themen so ausgewählt, dass sich Studierende aller Fachrichtungen damit in gewisser Weise identifizieren können. Studentische Themen haben absolute Priorität. Themen der einzelnen HoRadS Vereinsmitglieder noch mehr.

Trotzdem ist HoRadS daran gelegen, auch neue Hörschaften mit seinen Beiträgen zu erreichen. Themen aus anderen deutschen Hochschulen, Musik, Boulevard und Sport sind genauso wichtig, um an die Zielgruppe Schüler und Studenten heran zu treten. Eine gute Story, ein guter Beitrag, ein guter O-Ton ist immer wichtig.

6.2.2 Prioritäten

Es gibt Tage, da kommt einfach alles zusammen. Mehrere Beitragsthemen liegen auf Termin, neue unerwartete Themen kommen schlagartig dazu und das ganze Drama muss schnellstmöglich irgendwie unter einen Hut gebracht werden. Wichtig ist hierbei, nicht überzureagieren. Man kann sich nicht spalten. Ein guter Weg hierbei ist es, abzuwiegen welcher Beitrag am meisten Potenzial hat. Generell gilt: Der leichteste hat Vorrang. Dann bekommt man evtl. auch zwei Beiträge recht schnell fertig. Danach kann man sich den schwierigeren, zeitaufwändigeren Beiträge widmen. Es wäre ein Fehler alles stehen und liegen zu lassen, für einen aufwändigen, super attraktiven Beitrag. Es besteht immer die Möglichkeit am Ende mit gar nichts da zu stehen.

6.3 Wo bekomme ich O-Töne her?

Verschiedene O-Ton Service Provider bieten Ihre Dienste an, wenn man selber nicht die Gelegenheit hat einen Termin wahrzunehmen. Als Beispiel: Pressekonferenz zur Studienreform in Berlin. Für ein Hochschulradio aus Stuttgart ist es so gut wie unmöglich, seine eigenen Redakteure vor Ort zu haben. Grosse Agenturen zeichnen live in Berlin Interviews auf und bieten es in einzelnen O-Tönen oder als fertigen Beitrag auf deren Homepage zum Verkauf an. Als registriertes Mitglied hat man nun die Möglichkeit die Dienste in Anspruch zu nehmen und sich den O-Ton als Download herunter zu laden. Beispielfhaft hier BLR (www.blr.de) und O-Ton Service (www.oton-service.de).



Abbildung 01: BLR. O-Ton Downloadportal.

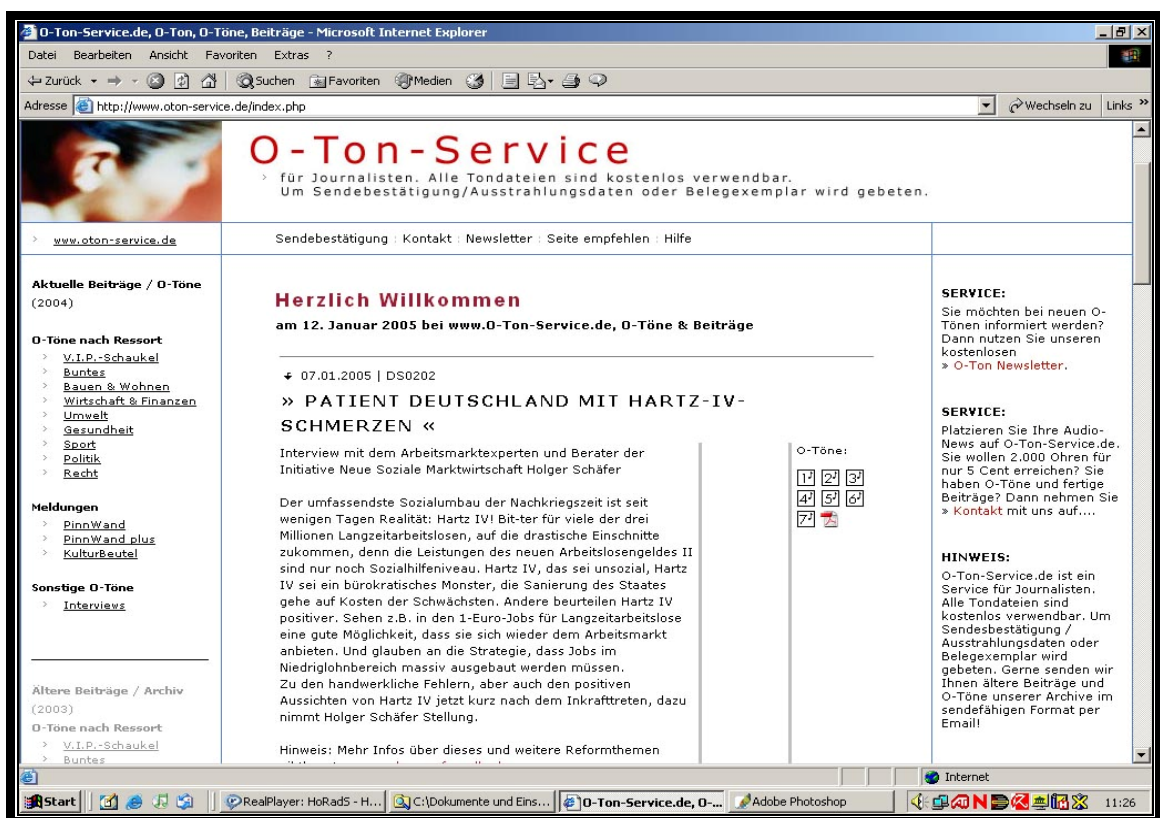


Abbildung 02: O-Ton Service. O-Ton Downloadportal.

6.3.1 Die Ressourcen für O-Töne

Notfalldienste

Notfalldienste haben meistens einen sehr guten Bezug zu den Medien. Aktuelle Pressemitteilungen gehen schnell an die Medien, um z.B. auch Sicherheit zu gewähren und Verbrechen aufzuklären. Ein guter Kontakt ist von Nöten, um regelmäßig auf dem Laufenden gehalten zu werden, auch im Falle eines Hochschulradios.

Pressemitteilungen:

Pressemitteilungen kommen z.B. von Nachrichtenagenturen. Große Agenturen sind schneller vor Ort, haben viele Mitarbeiter und bieten ihre Dienste kleineren Medienanstalten an. Um genauere Informationen zu bekommen, sind Rückrufe zur eigentlichen Quelle aber oftmals unabdingbar.

Öffentliche Einrichtungen:

Das Gaswerk, das Elektrizitätswerk, Wasserwerke oder öffentliche Verkehrsbetriebe geben ihre aktuellen Aktivitäten, sowie Aktionen in Pressemitteilungen bekannt. Ein guter Kontakt zum jeweiligen Pressesprecher ist wichtig, um auf dem Laufenden zu bleiben.

Politiker, Ministerien und Ämter:

Wissen wer die lokalen Politiker sind, ist genauso wichtig, wie die aktuellen Minister im Bundestag zu kennen. Die meisten Politiker sind gerne in den Medien. Die freie Zeit der Politiker ist streng begrenzt. So scheint es zumindest oft. Interviewtermine sind vorher abzuklären und pünktlich einzuhalten. Auch wenn sich die Politiker selbst nicht immer daran halten. Politische Pressemitteilungen sind immer aus der jeweiligen Parteisicht geschrieben. Eine neutrale, ausgewogene Berichterstattung ist daher strikt von Nöten.

Die eigenen Hörer:

Die eigenen Hörer haben immer gute Vorschläge, tolle Ideen, erzählen die tollsten Geschichten und die größten Probleme. Da kann mal eine Story dabei sein. Allerdings müssen die Themen nachrecherchierbar sein. Oftmals wird aus einer einfachen Prellung, ein gebrochenes Bein und daraus 7 Tote. Wichtig ist: Stimmen alle Details? Kann ich das so senden?

Andere Hochschulen:

Ein gut funktionierendes Netzwerk von Hochschulradios ist ausschlaggebend für eine gute Berichterstattung. Durch das Hochschulnetzwerk können O-Töne leicht ausgetauscht werden. Viele Experten sitzen zudem auf dem Campus. Professoren verschiedener Fakultäten helfen gerne aus und sind Experten in ihrem Fachgebiet.²⁴

²⁴ Siehe dazu auch Abschnitt 6.3.2 Die Netzwerke.

Andere Journalisten und Agenturen:

Ein guter Kontakt zu anderen Journalisten kann Gold wert sein, wenn auch gleich schwierig bei einem Hochschulradio. Viele Journalisten arbeiten oftmals an der selben Story. Jeder Journalist arbeitet anders und so entstehen oftmals wertvolle Eindrücke und Ansichten. Kein Journalist gibt seine Topstory aus der Hand, jedoch sind Tipps und ein reger Informationsaustausch an der Tagesordnung.

HoRadS Mitarbeiter:

HoRadS Mitarbeiter erleben viel und können daher als Informationsquelle dienen. Beiträge aus dem *eigenen Haus* sind als Quelle von Nutzen. Wichtig ist auch die tägliche Redaktionssitzung als Plattform zur Planung für den Tagesablauf.

Die Konkurrenz:

- Die Einstellung, andere Radiostationen sind sowieso schlecht und senden nur Mist, stimmt nicht. Viele Informationen bekommt man schnell von der Konkurrenz. Immer mal wieder die Konkurrenz abhören ist Pflicht um zu verstehen, was für andere Radiostationen von Relevanz ist und was nicht.
- Das Medium Fernsehen ist durch die oft langatmige Aufbereitung der Information nicht wirklich aktuell, aber als Informationsquelle für Beiträge nicht zu unterschätzen. Magazine und Nachrichten unterscheiden sich stark von Radiobeiträgen, jedoch sind die Themen ausschlaggebend.
- Das World Wide Web ist mittlerweile eine unverzichtbare Informationsquelle für Journalisten geworden. Der tägliche Blick ins Netz ist unvermeidbar. Jedoch ist der Überfluss an Informationen auch eine Falle. Das Filtern der wirklich relevanten Informationen von den unwichtigen, verschlingt manchmal mehr Zeit, als das es weiterhilft. Vorsicht ist also geboten.
- Eine geradezu unermessliche Flut an Informationen findet sich noch immer in den Printmedien wie Zeitungen, Zeitschriften, Magazinen und Büchern. Eine Menge an Themen stehen hier zu Verfügung.

Telefonrückrufe:

In einer kleinen Redaktion wie HoRadS ist es unvermeidbar, selbst Telefonrückrufe zu führen. Der Aufbau eines Presseverteilers ist mühsam und fordert sein zeitliches Tribut. Auf vielen Pressekonferenzen ist es einfach nur wichtig präsent zu sein und sein Gesicht zu zeigen. Bei Telefonrückrufen ist das ein ähnlicher Fall. Viele Firmen, Behörden und Privatleute denken einfach nicht an ein kleines Hochschulradio wie HoRadS. Sie sind zu sehr mit ihrer Arbeit beschäftigt, oder bei der Pressemitteilung ging ein Hochschulradio eben mal kurz verloren. Telefonrückrufe sind daher unvermeidbar. Auch wenn keine herausragende Story dabei herausspringt, ist es dennoch sehr wichtig Kontakte zu pflegen.

An dieser Stelle seien als Beispiele die Behörden und Notrufdienste wie die Feuerwehr oder die Polizei. Auf Grund ihrer Arbeit werden Pressemitteilungen immer erst nach dem Ereignis veröffentlicht, manchmal sogar erst Tage später. Es lohnt sich daher täglich einmal bei solchen Stellen anzurufen und nach Themen zu fragen, auch für ein Hochschulradio. Meistens haben Polizei und Notruf, einen extra Pressesprecher für solche Anfragen. Sollte dies nicht der Fall sein und es besteht keine Auskunftssperre wird jemand anderes Auskunft erteilen. Den meisten Behörden ist an einer guten Zusammenarbeit mit der Presse gelegen, egal wie klein das Medium ist.

6.3.2 Die Netzwerke

Das HoRadS Netzwerk ist weit gestreut. Ein kompletter Überblick würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, jedoch ist es zum Verständnis sinnvoll, einige Zweige aufzuzeigen.

Zwischen den einzelnen HoRadS Mitglieder und deren Redaktionen sollte natürlich immer ein reger Austausch stattfinden. Beiträge werden im Moment²⁵ zu 96% selbstständig von der Stammredaktion (HdM – Hochschule der Medien) erstellt. In seltenen Fällen von Engpässen wurden auch schon Fremdbeiträge gesendet. Diese werden im Gegensatz zu vielen Privatradios nicht eingekauft, sondern über eine Beitragsplattform von anderen Campusradios kostenlos zur Verfügung gestellt. Eine Online Plattform ist z.B. das IHR Portal²⁶. In diesem Verbund von Hochschulradios in Baden-Württemberg sollen in Zukunft verstärkt Beiträge verschiedenster Formen ausgetauscht werden. Die Beitragsredaktion von HoRadS bezieht zum derzeitigen Stand ca. 1% aller Beiträge vom IHR Portal.

Eine weitere Onlineplattform ist der Austausch von Beiträgen über den Verbund der Campusradios. Da alle Campusradios in Deutschland Beiträge produzieren, werden auch hier interessante Beiträge für andere Hochschulradios auf einer Onlineplattform zur Verfügung gestellt. HoRadS bezieht zum derzeitigen Stand ca. 1% aller Beiträge von anderen Campusradios.

Als letzter Fremdanbieter von Beiträgen bedient sich HoRadS von unabhängigen O-Ton Lieferanten, wie z.B. oton-service.de. Auf solchen Onlineplattformen werden meistens kostenlose O-Töne zu recht allgemeinen Themen wie - Frühjahrsputz, Augen auf beim Fahrradkauf, welches Obst ist am gesündesten usw. - zur freien Verfügung gestellt. Wie schon erwähnt, besteht die Möglichkeit bei Beitragsengpässen darauf zurück zu greifen. HoRadS bezieht zum derzeitigen Stand ca. 2% aller Beiträge von Online Drittanbietern.

Durch die tägliche Redaktionsarbeit bewegen sich auch die HoRadS Hochschulen aufeinander zu und vernetzen sich stärker. Zum Beispiel unterstützen Studierende der HdM die Musikhochschule Stuttgart bei der technischen Aufnahme von

²⁵ Stand Dezember 2004.

²⁶ IHR = Internet Hochschulradio Baden-Württemberg.

Sprachproduktionen. Umgekehrt leiten Studenten der Musikhochschule die Moderatoren zum professionellem Sprechen an. Des weiteren arbeiten die Hochschullehrer verstärkt zusammen. Sie lernen sich näher kennen und entwickeln gemeinsame Forschungsfragen und Projekte.

Auch die Innenwirkung von HoRadS ist nicht zu unterschätzen. An der HdM wachsen mit HoRadS die beiden Standorte Nobelstraße und Wolframstraße näher zusammen. Studierende verschiedener Studiengänge mischen sich durch HoRadS in unterschiedlichsten Aufgaben wie z.B. der Musikredaktion, Musikedokumentation oder PR und Marketing und lernen sich so besser kennen.

7 Beitragsformen

Der O-Ton:

Der O-Ton ist das Herz aller Beitragsformen. Ohne ihn wirkt ein Beitrag wie eine Vorlesung. Erst durch den O-Ton bekommt ein Beitrag Stil und die nötige Fülle, um ein Ganzes zu ergeben. Ein O-Ton kann alles vom Ausschnitt einer Rede, bis zu einer kompletten Demonstration sein. Ebenso ein Wort oder ein Kommentar. Ein O-Ton hat einen ordentlichen Anfang und ein ordentliches Ende. Bei HoRadS beinhalten die fertigen Beiträge einen oder mehrere O-Töne, mit einer Länge von ca. 10 bis max. 40 Sekunden.

Das Interview:

Das Interview ist die traditionellste Form eines Beitrages. Wichtig ist es, den Inhalt des Interviews klar verständlich zu machen. Was erzählt die interviewte Person? Eine Unterform des Interviews ist das Telefon Interview. Statt direkt *Face to Face* mit der befragten Person zu sein, erfolgt das Interview über eine Telefonleitung. Der Vorteil: Zeiteinsparung und eine schnelle, kurze Berichtserstattung. Der Nachteil: Mangelnde Sprachqualität und kaum Möglichkeiten zum Nachhaken.

Die Umfrage:

Für eine Umfrage werden mehrere O-Töne zusammengefasst. Viele verschiedene Meinungen zu einem Thema ergeben einen gesamten Beitrag. Die besten Umfragen erreicht man, wenn man weibliche und männliche Stimmen abwechselnd positioniert. Auch die Höhe der Stimmlage ist ausschlaggebend beim technischen Abmischen der Umfrage.

Die Übernahme:

Kooperationen mit anderen Campusradios erlauben HoRadS auch Teile eines Beitrages, einzelne O-Töne oder einen kompletten Beitrag zu übernehmen. Das erleichtert die Arbeit natürlich erheblich. Nützlich ist dies besonders bei Beiträgen, die selbst erstellt, einen zu großen Zeitaufwand benötigen oder schlichtweg nicht zu schaffen sind. Der Nachteil liegt in der Einschränkung der Kreativität. *Gut geklaut, ist schlecht gebaut.*

7.1 Der O-Ton

Viele Menschen legen die Bezeichnung O-Ton unterschiedlich aus. Ganz allgemein versteht man unter einem O-Ton einen Original Ton, ein bearbeitetes oder unbearbeitetes Audiostream. Man unterscheidet aber den Kommentar eines Experten oder Betroffenen. Dies können auch Prominente oder Offizielle sein. Im Gegensatz dazu stehen der Redaktions-O-Ton eines Kollegen oder der Reporter-O-Ton eines Kollegen am Ort des Geschehens.

„Das bedeutet, dass der O-Ton nicht getextet und auch nicht nachgesprochen werden kann. Einmal aufgenommen, kann der O-Ton nur nachbearbeitet – geschnitten werden.“²⁷

Bei HoRadS liegt die journalistische Arbeit dann in der Selektion und des Einsatzgebietes des O-Tons. Die Länge hängt von der Gesamtlänge des Beitrags und der Anzahl der O-Töne ab. Meistens jedoch zwischen 10 und 40 Sekunden. Letztendlich ist der Inhalt des O-Tons entscheidend, nicht die Länge. Der O-Ton informiert den Hörer zusätzlich zur eigentlichen Moderation. Er liefert weitere Informationen, die in einem Bericht eigens hätten angeführt werden müssen.

Die Qualität eines O-Tons kann enorm schwanken. Sollte er einmal nicht so gut sein, verwendet HoRadS ihn nicht. O-Töne werden von Studierenden eingeholt. Selbst bei ausgebildeten Journalisten kann einmal ein O-Ton in die Hose gehen. Verschönerung von schlechten O-Tönen führt nicht automatisch zu einer verbesserten Soundqualität. Die Verbesserungsarbeit bis ein defekter O-Ton On Air geht, ist meistens den Zeitaufwand nicht wert. Im Notfall kann der Beitrag auch in einer anderen Form an den Hörer gebracht werden. Entweder als Kopie, oder in besonders wichtigen Fällen nur als Erzählung des Moderators.²⁸

Der Reporter O-Ton:

Nach LaRoche/Buchholz (1997) ist der Reporter Ton ausdrücklich der *„Bericht des Korrespondenten oder Reporters vor Ort.“* Durch einfache sprachliche Mittel erklärt bei HoRadS eine Person am Ort des Geschehens was passiert ist. Beispielhaft dient eine Reportage von einer Messe, geschildert von einem Reporter vor Ort. Es liegt in der Natur der Sache, dass ein relativ kleines Hochschulradio wie HoRadS keine Korrespondentenberichte aus aller Welt einsetzen kann. Wenn auch gleich Studierende durch Praktika von einem anderen Ort der Welt berichten könnten.

²⁷ Volkmer 2000. S.66.

²⁸ Vergleiche dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 01 und Track 02.

Ein HoRadS Lösungsansatz ist die Darstellungsform Meldung + Bericht eines Reporters, wobei dies ausschließlich im Studio vorproduziert wird. Meistens wird der O-Ton durch die Namensnennung und den Ort des Geschehens beendet.

Der reine Beitrag:

Der Beitrag besteht aus den Teilen Bericht und O-Ton. Bei HoRadS besteht der reine Beitrags aus einer Maximallänge von ca. 2:30 Minuten, wobei der Beitrag immer anmoderiert und fast auch immer abmoderiert wird.

*„Der Beitrag ist die vielleicht radiogerechteste Form der Berichterstattung, weil er den Text des Reporters mit Originaltönen (O-Töne) verbindet. Ein Beitrag kann mit verschiedensten akustischen Elementen „zubereitet“ werden: Off-Text, O-Töne, Geräusche, Atmo [Atmosphäre, P.V.]. Gut aufeinander abgestimmt, kann ein Beitrag so ein kleines Gesamtkunstwerk werden.“*²⁹

Der Servicebeitrag:

In verschiedenen Beitragsformen wurden bereits Belege aufgeführt, dass hauptsächlich die Informationsfunktion und Unterhaltungsfunktion im Vordergrund steht. Ein weiterer Bestandteil eines Beitrags ist auch die Servicemeldung. Entweder mit O-Ton oder Studio O-Ton. Unter Service versteht man das Hinweisen auf Tipps und Ratschläge, wie etwas Bestimmtes getan werden soll. Rein prinzipiell ist Service natürlich an jeder Stelle im HoRadS Programm möglich. Ein Servicepunkt ist z.B. am Mittwoch Morgen der *Eventkalender* mit der Präsentation der Veranstaltungstipps in der Region Stuttgart.

Im vorproduzierten Beitrag findet man den Service meistens am Ende. Der Moderator berichtet und leitet durch den Beitrag. Um dem Hörer die Möglichkeit zu geben, das soeben gehörte nochmals in Ruhe nachzuvollziehen oder nachzulesen, wird ihm z.B. eine zum Thema passende URL im Internet genannt. Genauso passt am Ende eines Musikgruppenbeitrags der Hinweis des demnächst anstehenden Konzertes. Buchtipps, Faxabrufnummern, Adressen, Ansprechpersonen und Telefonnummern sind ebenfalls möglich.

Für Servicebeiträge kann man festhalten, dass sie wiederum nur einen bestimmten Teil der HoRadS Hörer ansprechen. Nämlich genau diejenigen, die nicht genau zugehört haben und dennoch interessiert sind. Service ist somit ein enorm wichtiger Bestandteil von Beiträgen.

²⁹ Bakenhus 1996. S.181.

7.2 Die Umfrage

Viele verschiedene Meinungen ergeben eine Umfrage. Einzelne O-Töne akustisch aneinander geschnitten, ergeben eine Umfrage. Vorteilhaft ist es, abwechselnd weibliche und männliche Stimmen zu schneiden. Der Hörer nimmt somit noch verstärkt die einzelnen Meinungen wahr. Liegen nicht genügend unterschiedliche Stimmen vor, ist ebenfalls die Stimmlage ausschlaggebend. Letztendlich kommt es auch bei der Umfrage auf die Inhalte der O-Töne an. Ob eine Radioumfrage jedoch jemals repräsentativ sein wird, bleibt allerdings fraglich.³⁰

7.3 Das Interview

Bevor es zu einem Interviewtermin geht, sollte immer nochmals das Aufnahme Equipment überprüft werden. Ist genügend Aufnahmespeicher vorhanden? Funktioniert das Mikrophon? Ist alles angeschaltet? Brauche ich extra Batterien? Ist alles vorhanden, kann es losgehen. Vor Ort nochmals überprüfen. Nimmt mein Gerät auf? Funktionieren die Kopfhörer? Eine Möglichkeit ist es die interviewte Person nach dem vollen Namen und der Funktion zu fragen. Dadurch hat man die Möglichkeit, alles nochmals zu prüfen und zugleich die persönlichen Daten der interviewten Person für Eventualitäten auf Band aufzuzeichnen.

Interviews draußen zeichnen Nebengeräusche auf. Interviews drinnen dagegen nehmen allerhand Echos auf. Sollte ein Interview in einem großen, geschlossenen Raum stattfinden, bietet es sich an in einen anderen Raum zu gehen, evtl. mit Teppichboden und dicken Gardinen. Ist dies nicht möglich, kann man sich auch in eine Raumecke zurückziehen und die interviewte Person dichter ins Mikrophon sprechen lassen. Vorsichtig hierbei: Der Aufnahmepegel muss neu eingestellt werden, um eine Übersteuerung zu vermeiden.

Weiterhin empfiehlt sich, der interviewten Person nicht gar zu nahe zu kommen. Dringt man in die persönliche *Comfort Zone* einer Person ein, erweckt das Unbehagen und der Interviewte geht automatisch auf Distanz.

Sollten die Antworten zu lang werden, kann man dem entgegen wirken ohne zu unterbrechen. Es klingt auch später auf Band nicht gerade toll, seine eigene Stimme ständig im O-Ton zu hören. Ein Trick hierbei ist es interessiert auszusehen, Augenkontakt zu halten und lächeln. Einfach die Augen weiter öffnen und evtl. den Mund, als ob man etwas zu sagen hätte. Dies bringt die interviewte Person meistens zum Ende eines Satzes.

³⁰ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 03.

Findet das Interview über einen Tisch statt, sollte man es vermeiden, immer wieder die Hände und Arme auf den Tisch zu legen. Dadurch entstehen störende, dumpfe Nebengeräusche, auch wenn man das Mikrophon gar nicht direkt berührt.

Am Ende des Interviews kann man auch nochmals ein paar Sekunden zurückspulen, um sich das Ende anzuhören. Damit wird sicher gestellt, dass auch alles funktioniert hat. Niemals das gesamte Interview zurückspulen. Der Interviewte möchte sonst evtl. gerne nochmals etwas verbessern, oder neu interpretieren. Das führt zu Komplikationen, die peinlichst vermieden werden sollten.

7.3.1 Das Studiointerview

Interviews im Sendestudio sind natürlich technisch gesehen etwas einfacher durchzuführen als auf der Straße. Der Aufnahmepegel kann einfach am Mischpult eingestellt werden. Bevor es losgeht, kann der Moderator den Interviewten einweisen. Die Person sollte positioniert werden und nicht ans Mischpult kommen. Nebengeräusche sind dadurch weitgehend ausgeschlossen.

7.3.2 Das Telefoninterview

Telefoninterviews sind für die Beitragsproduktion enorm wichtig. Sie sind schnell durchzuführen und die Qualität ist, natürlich im Rahmen, durch einen Telefonhybriden gewährleistet. Unerlaubtes mitschneiden ist jedoch strikt Gesetzeswidrig. So muss die angerufene Person stets darauf hingewiesen werden, dass aufgezeichnet wird. Zusätzlich muss sie ausdrücklich mit der Ausstrahlung des Telefoninterviews einverstanden sein. Sollte es sich um eine Art Überraschungsanruf handeln, muss die angerufene Person im Nachhinein aufgeklärt werden und ebenfalls eine Sendeerlaubnis erteilen.

Gerade bei Telefoninterviews leidet oftmals die Qualität. Dies liegt nicht am eigentlichen Telefoninterview, sondern eher daran, wie manche Personen ihr Telefon halten. Mal weit weg vom Mund, unter das Kinn geklemmt oder zu nah am Mund. Für die Beitragsproduktion ist es dadurch wichtig, auch den Interviewten kurz freundlich darauf hinzuweisen, sein Telefonhörer immer gleichweit weg vom Mund zu halten.

Telefoninterview vs. Face to Face:

Mittlerweile hat sich das Face to Face Interview stärker durchgesetzt als das Telefoninterview. Das hängt mit dem Aufwand und der Hintergrundatmosphäre des Interviews zusammen. Leichte Nebengeräusche erwecken den Eindruck des Beschäftigseins. Es entsteht eine nachvollziehbare Hektik für den Hörer. *Hier wird etwas geleistet.* Aufpassen muss man hingegen bei zu starken Nebengeräuschen wie Bauarbeiten oder zu lautem Straßenverkehr. Bei Telefoninterviews wird leicht der Eindruck der *Faulheit* erweckt. Es geht schnell, klingt nicht besonders gut und der Aufwand ist relativ gering. Doch mittlerweile hat sich auch das Telefoninterview beim Hörer durchgesetzt.

“Research shows that the listener does not mind phone cuts at all. We do that all the time.”³¹

Gerade für ein Campusradio sind Telefoninterviews elementar wichtig. Sie garantieren Abwechslung. Sie garantieren eine gewisses Interesse an einem Thema. Es entsteht kein großer Aufwand und sie sind kostengünstig.

Besonders in kleinen und Kleinstradiosendern ist das Telefoninterview, um Live Gespräche zu produzieren, ein sehr wichtiges Mittel.

„Mit Telefoninterviews kann der Aktualität Rechnung getragen werden, im lokalen Bereich insbesondere mit dem Ziel, eher über ein Ereignis zu berichten als die Zeitungen.“³²

Als Beleg dafür dient das Telefoninterview mit Tobias Unger, deutscher 200m Olympiasfinalist in Athen direkt nach seiner Ankunft in Stuttgart.³³

Ein Telefoninterview läuft meistens nach dem gleichen Strickmuster wie ein normales Interview ab. Begrüßung – Angabe und Beschreibung des Geschehenen – ggf. Service wie Internet URL oder Telefonnummern – Verabschiedung.

7.3.3 Arten

Aus einem Interview sollte immer eine Story, ein Beitrag entstehen. Auf den Inhalt kommt es an. Die Qualität eines Beitrags hängt nicht unbedingt vom eigentlichen Sound oder der Länge ab, sondern von den O-Tönen, dem Inhalt. Dann ist es auch egal, ob das Resultat 10 Sekunden oder mehrere Minuten lang ist. Wichtig ist, wie auch schon erwähnt, eine gute Vorbereitung. Man muss sich im Klaren sein, um was es geht. Expertenwissen ist nicht von Nöten, aber eine klare Vorstellung des Themas ist unabdingbar. Eine kurze Absprache oder das Nachfragen bei Kollegen zeugt nicht von Unwissen, sondern von Interesse. Gut für jede Art von Interview ist neben den Meinungen der Hörerschaft, auch Experten heranzuziehen. Sie geben dem fertigen Beitrag den nötigen Schliff.

³¹ Chantler / Stewart 2003. S. 123.

³² Volkmer 1997. S. 131.

³³ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 04.

Informative Interviews:

Sie sind voraussichtlich die am häufigsten gebrauchte Interviewart. Fragen wie: *Warum haben sie das getan? Wer hat sie dazu veranlasst? Was ist Ihrer Meinung?* Wichtig sind hierbei die so genannten W-Wörter, auch W-Fragen genannt. Wer, Was, Wo, Warum, Wann und Wie. W-Fragen verhindern ein simples Ja oder Nein als Antwort und machen einen Radiobeitrag dadurch interessanter. Man nennt sie auch offene Fragen. Im Gegensatz dazu stehen die geschlossenen Fragen. *Glauben Sie an Gott? Finden Sie das gut?* Diese Fragen sind kurz und direkt. Manchmal wirkungsvoll, um eine kurze und präzise Antwort zu erreichen. *Ihre Bilanz ist vernichtend, werden Sie jetzt bald zurücktreten?*

Interpretation Interviews:

Hier muss meistens ein Experte ein Thema beurteilen. Es werden Themen angesprochen, die der Hörer schon kennt, jedoch von einem Experten interpretiert werden. Dies kann ein Ausblick in die Zukunft sein oder was für einen Effekt eine Thema hat. Auch hier muss besonders darauf geachtet werden, leicht und verständlich zu fragen und vom Interviewten eine leichte verständliche Antwort zu bekommen.

Emotionale Interviews:

Emotionale Interviews sind eine gefährliche Sache. Hier rutscht der Interviewer schnell auf eine Ebene mit den Betroffenen. Emotionen und Stimmungen können von Freude und Leid geprägt sein, wenn eine sportliche Höchstleistung erzielt worden ist, wenn eine Mutter von ihrem getöteten Kind spricht, wenn wirtschaftliche Ungerechtigkeiten geschildert werden und vieles mehr. Stille bei dieser Art von Interview kann manchmal mehr transportieren als tausend Worte. Dem Hörer wird die Gelegenheit gegeben, sich selbst ein Bild von der Situation zu machen. Es wird Zeit gegeben sich mit dem Thema zu identifizieren und mitzufühlen. Als Interviewer sollte man allerdings aufpassen. Genaue Beschreibungen einer misslichen Situation erleichtern dem Hörer das Verständnis. Allerdings berechtigt es nicht ein Thema auszuschlachten und dadurch einen noch größeren Schaden anzurichten. All zu oft werden mittlerweile die Grenzen des guten Geschmacks überschritten, nur um eine Story zu landen.

Live Interviews:

Live Interviews kommen bei HoRadS eher selten vor. Live Interviews, auch gerne On Air Interviews genannt, sind riskant. Der Moderator weiß nicht, was die interviewte Person antworten wird. Es besteht die Möglichkeit der Beleidigung, rassistischen oder sexistischen Äußerungen. Im einfachsten Fall, fällt dem Interviewten nichts passendes ein oder er beginnt zu stottern. Auch aus technischen Gründen sind Live Interviews weniger zu empfehlen. Bei Live Telefoninterviews besteht die Gefahr, an jemanden mit einem Mobiltelefon zu geraten. Das Risiko eines Sendelochs ist groß und dann ist die interviewte Person plötzlich weg. Trotz allem bieten sich live Interviews bei extrem aktuellen Themen auch für HoRadS an. Generell sollte kein Radiosender darauf verzichten.

7.3.4 Personen

Es gibt verschiedene Personengruppen die zu einem Interview bereit stehen können. Alle heraus zu heben wäre an dieser Stelle zu viel. Deshalb nur die wichtigsten:

Kinder:

Vorsicht bei Interviews mit Kindern. Wie das Sprichwort schon sagt: „*Kindermund tut Wahrheit kund*“. Für das Interview und die Ausstrahlung bedarf es die Zustimmung der Eltern oder eines anderen Erziehungsberechtigten. Kinder sind außerdem leicht zu beeinflussen. Es sollte auch vermieden werden, auf eine bestimmte Antwort der Kinder hinzusteuern. Kinder sollten nicht dazu gezwungen werden, etwas bestimmtes zu sagen. Für Kinder müssen die Fragen auch anders formuliert werden, als für Erwachsene. Kinder sind sehr sensible Interviewpartner. Fragen über Gewalt, Drogen und Familienprobleme sollten vorher immer mit einer erwachsenen Person, oder einem Elternteil abgesprochen werden.

Kriminelle:

Legal betrachtet ist auch bei Interviews mit Kriminellen äußerste Vorsicht geboten. Interviews mit Kriminellen sind, wenn überhaupt, zeitlich sehr knapp gebunden. Fragen sollten direkt auf den Punkt gebracht werden. Ein Interviewentgelt darf nicht bezahlt werden. Bei von der Polizei gesuchten Personen ist ein Interview eine strafrechtliche Handlung, da man vom Gesetz aus verpflichtet ist, der Polizei den Aufenthaltsort des Kriminellen mitzuteilen. Bei jedem Interview mit einem Kriminellen ist eine Bevollmächtigung der Autorität einzuholen. Sollte ein dem Sender bekannter Krimineller direkt im Studio anrufen, darf man allerdings ein Interview führen. Es empfiehlt sich aber, dies nicht live zu senden.

Zeugen:

Interviews mit Zeugen vor einer gerichtlichen Entscheidung sind legal. Zudem muss man sich im Klaren sein, dass durch eine frühzeitige Veröffentlichung der Prozess beeinflusst werden kann. Sowohl zum Guten, als auch zum Schlechten. Allerdings ist Audiomaterial vor Gericht nicht mehr zulässig. Es lässt sich einfach zu leicht fälschen.

Opfer:

Manche Opfer versuchen um jeden Preis ihre Meinung in die Medien zu bringen. Betroffene sind Stimmungsmacher. Vor einer Polarisierung ist abzusehen, selbst bei einem Hochschulradio wie HoRadS. Solche O-Töne sollten im Beitrag erklärt werden, damit die restlichen Hörer verstehen, um was es sich handelt. Weiterhin sollten Opfer auf keinen Fall gezwungen werden, ein Interview zu geben. Wer schweigt und nichts sagen möchte, sollte respektiert werden.

Politiker:

Politiker neigen dazu, nie direkt zu antworten. Auf direkte Fragen folgen lange ausschweifende Antworten. Gerade bei Politikern ist es wichtig nachzuhaken und sie auf die gewünschte Antwort hin fest zu nageln. Zudem versuchen viele Politiker ihre

Parteipolitik günstig über das Medium Radio zu verbreiten. Jeder Partei steht das offen und jeder Radiosender sollte gleichberechtigt informieren. So auch HoRadS, z.B. bei Fragen der Hochschulpolitik.

7.3.5 Der richtige Ablauf

Nichts ist wichtiger als gut vorbereitet in ein Interview zu gehen. Man fühlt sich sicherer im Umgang mit der interviewten Person und kann schneller und genauer auf das Gespräch eingehen. Nichts desto trotz gibt es immer wieder Situationen, in denen es schnell gehen muss und man keine Zeit hat, sich in das Thema hinein zu arbeiten.

Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten. Erstens: Vor dem eigentlichen Interview erklärt man dem Interviewten das Dilemma und bittet ihn kurz in die Situation einzuweisen. Entweder hat er dafür Verständnis, stellt sich vor und erklärt kurz worum es geht, oder er ist entsetzt, dass man keine Ahnung hat und schaltet auf stur. Zweitens: Durch auflockernde Einführungsfragen arbeitet man sich ins eigentliche Interview. *Nur nochmals für das Band, bitte Ihren vollen Namen und Berufsbezeichnung. [...] Aus welchem Grund genau, läuft diese Demonstration heute genau?*

So ein Mist:

Die eigene Sprache ist ausschlaggebend bei Interviews. Als Reporter sollte man sich immer unter Kontrolle haben und versuchen sachlich zu bleiben. Bei emotionalen Situationen z.B. bei Demonstrationen, schlägt die Stimmung oft um und verbale Attacken bleiben selten aus. Mitreißen lassen steht außer Diskussion. Manche interviewten Personen versuchen auch das Interview auf Ihrer Weise zu diktieren. Am Besten weist man den Interviewten freundlich drauf hin, nicht zu fluchen oder diskriminierende Wörter in den Mund zu nehmen. Bleibt die Situation weiter unangenehm, besteht immer noch die Möglichkeit, das Interview abubrechen.

Wir müssen aus Kacke – Gold machen:

Wie bekommt man genau die Antwort, die man hören will? Eine Garantie dafür gibt es nicht. Aber es gibt ein paar Tricks, sich besser auf seinen Interviewpartner einzulassen. Der Interviewte ist etwas Besonderes. Er sollte sich *wichtig* fühlen. Trotzdem sollte der Interviewer das Gespräch immer dominieren. Interesse zeigen, bei allem was gesagt wird. Egal wie uninteressant es manchmal erscheint. Zwischendurch Fragen stellen, die das Gespräch aufrechterhalten. Auch wenn sie im Endeffekt nicht wichtig sind.

Augenkontakt:

Augenkontakt ist enorm wichtig. Es signalisiert Aufmerksamkeit und lässt den Interviewten nicht los. Außerdem zeigt es Verständnis. Augenkontakt sollte immer freundlich, aber direkt sein. Wegschauen, um sich zu vergewissern dass das Aufnahmegerät läuft, ist völlig in Ordnung. Danach sollte man aber wieder beim Interview sein. Wörter wie *ach so, ja verstehe* oder *ist ja unglaublich* stören nur. Verständnis bei einem Interview lässt sich am Besten per Augenkontakt signalisieren.

Zuhören:

Klingt eigentlich logisch, wird aber oftmals total vergessen. Wer aufmerksam zuhört und sich auf seinen Interviewpartner einlässt, kann auch neue Fragen herausfiltern. Man muss sich nicht strikt an seine vorgefertigte Frageliste halten. Nur wer zuhört, kann auch neue Zwischenfragen stellen.

Fragen:

Man sollte immer nur eine Frage gleichzeitig stellen. Mehrere Fragen lassen den Interviewten oft abschweifen. Am Ende hat man im schlimmsten Fall überhaupt kein Resultat, sondern nur Verknüpfungen mehrerer Antworten. Unter Zeitdruck einfach den Fragenkatalog auf die wirklich Wichtigen reduzieren.

Unterstützung:

Manche Interviewpartner sind Mikrophone oder Interviews im Allgemeinen nicht gewöhnt. Sie sind nervös und kennen ihre eigenen Antworten nicht mehr. Es ist Aufgabe des Reporters, das Interview zu leiten und Unterstützung zu gewährleisten. *Wie schnell sind sie die Strecke gelaufen? - ähhmm... - Waren das nicht 2 Stunden 46? - Ja genau, in 2 Stunden 46. Das ist richtig und es war Rekord... - .*

Nach dem Interview ist vor dem Interview:

Es besteht kein Grund länger bei einem Interviewtermin zu bleiben als nötig. Es geht darum die gewünschten O-Töne zu bekommen. Hört man schon während dem Interview das Gewünschte, sollte man auch zum Ende kommen. Für einen 15-20 Sekunden O-Ton sind 10 Minuten Rohmaterial fast schon zuviel. 5 Minuten reichen aus. Hat man das Gewünschte, lohnt es sich nicht noch auf etwas Besseres zu warten. Meistens kommt es sowieso nicht.

Vielen Dank:

Ein Dankeschön hat noch niemanden geschadet und ist zudem enorm wichtig. Wer weiß, vielleicht muss der Interviewte schon bald wieder für ein Interview zur Verfügung stehen. Gute Beziehungen sind im Hörfunk genauso wichtig, wie in anderen Medien. Empfehlenswert ist es zudem, der interviewten Person einen kurzen Überblick über den geplanten Beitrag zu geben. Evtl. auch einen Sendetermin bekannt geben. Freunde und Bekannte des Interviewten werden dadurch angeregt, das laufende Programm zu hören. Versprechungen hingegen sind unangebracht, da es keine Garantie gibt.

Termindruck:

Zu jedem Beitrag bei HoRadS gibt es eine Deadline. Radiobeiträge sollten aktuell sein. Das Radio ist neben dem Internet das schnellstes Medium. Eine Deadline kann in 5 Minuten oder in 2 Tagen sein. Im schlimmsten Fall sofort, direkt per Telefon On Air. Was auch immer kommen mag, die Deadline sollte immer eingehalten werden, zur Not mit etwas Improvisiertem.

7.4 Besondere Beitragsformen

In der HoRadS Tagesredaktion werden nicht nur wissenschaftliche, hochschulpolitische Beiträge erstellt. Neben den üblichen Beiträgen gibt es noch weitere Beitragsformen, die ebenfalls vorproduziert oder live gesprochen werden.

7.4.1 News / lokale News

Es macht keinen Sinn Nachrichten zu senden, wenn keiner zuhört. Nachrichten sind aber ein wichtiger Bestandteil eines Radiosenders. Auf Grund von Zeitmangel und *ungeschulten* Personal, werden bei HoRadS die Weltnachrichten in Kooperation vom Deutschlandfunk übernommen.³⁴

Jedoch steuert die Tagesredaktion durchaus O-Töne für die internen Hochschulnews von HoRadS bei. Die Hochschulnews laufen halbstündig im Vormittagsprogramm On Air.³⁵ Volkmer unterscheidet drei Arten von Nachrichtenbeiträgen, die auch bei HoRadS zu finden sind.

- **Klassisch:** Ruhige, langsame Präsentation. Keine O-Töne. Hoher (lokal)politischer Anteil. Geringer Anteil an Servicemeldungen.
- **Klassisch mit O-Ton:** Ruhige, langsame Präsentation. O-Töne. Geringer Anteil politischer Meldungen. Höherer Anteil an Servicemeldungen.
- **News Show:** Moderationsorientierte Präsentation, zum Teil mit Musik unterlegt. Viele O-Töne. Nur (lokal)politische Top-Meldungen. Hoher Anteil an Servicemeldungen.

Die lokalen Nachrichten sind bei HoRadS die Hochschulnews. Alle zwei Stunden zur halben Stunde im Vormittagsprogramm On Air, unterscheiden sie sich von den Weltnachrichten des Deutschlandfunks inhaltlich besonders nach einem Kriterium, nämlich durch die lokale Relevanz. Die lokale Relevanz entsteht bei HoRadS durch Themen mit Hochschulbezug. Es dominiert auch hier die Informationsfunktion. Der Informationswert liegt nach Möglichkeit recht hoch. 3 bis 4 Meldungen werden in den Hochschulnews untergebracht. Bei den Hochschulnews verfolgt HoRadS eine thematische Rangfolge.

- Hochschulpolitische Themen
- Umwelt
- Technik
- Service
- Sport

³⁴ Siehe hierzu auch www.deutschlandfunk.de.

³⁵ Stand Dezember 2004.

Je mehr ein lokaler Bezug hergestellt werden kann, desto besser. Beziehen sich die Themen auf Hochschulen in der Region, haben sie Vorrang vor Hochschulthemen aus anderen Bundesländern. Die HoRadS Hochschulnews haben eine Dauer von ca. 1:30 bis 2:00 Minuten.³⁶

7.4.2 Das Wetter

Wer hätte gedacht, dass Wetter so wichtig ist? Wenn man über das Wetter redet, hat man eigentlich nichts wirkliches zu erzählen. Das trifft beim Radio nicht zu. Besonders in der Morningshow von HoRadS ist das Wetter ein enorm wichtiges Element. So wird das Wetter in zwei Stunden Morningshow zweimal extern durch die Nachrichten des Deutschlandfunks genannt und zwei Mal zusätzlich intern durch den Moderator verlesen. Der Unterschied der beiden Wetterberichte ist einfach. Beim Deutschlandfunk bezieht sich das Wetter auf das gesamte Bundesgebiet und beim durch die Moderatoren verlesenen Wetter nur auf die Region Stuttgart.

Warum ist das Wetter so wichtig? Die Hörer wachen morgens auf. So banal es auch klingen mag, jeder will wissen wie das Wetter heute ist. *Brauche ich einen Regenschirm? Kann ich noch in T-Shirt rausgehen? Oder muss ich früher zur Arbeit losfahren, weil Schnee liegt?*

Es ist sonnig, die Temperaturen liegen bei 22 Grad und es gibt kaum Wind. Morgen Temperaturen bei 24 Grad und wieder sonnig. So enthält die Wettermoderation alle Fakten, ist aber noch etwas zu stur. Gerade das Wetter bietet die Gelegenheit, sich etwas freier zu entfalten und dem Hörer zu erklären, was wirklich wichtig ist und was er heute evtl. braucht. Bei HoRadS ist das Wetter zudem eher *studentisch* ausgelegt. Wetter sollte leicht verständlich sein und einen Bezug zur Hörerschaft herstellen.

Heute gibt es eine Menge Sonne und Temperaturen bis 22 Grad. Gelegenheit für Euch nochmals die Semesterferien so richtig zu genießen. Also T-Shirt an und ab in den Park. Morgen und am Mittwoch wird's dann ungemütlich mit viel Regen und Schlotterwerten bei gerade mal 15 bis 17 Grad. Also warm anziehen und optimal um mal wieder etwas fürs Studium zu machen. Jetzt hat der Hörer die Gelegenheit sich mit dem Wetter zu identifizieren. Er hat Vergleiche wie das Wetter heute wird und wie morgen. Er weiß, was er anziehen muss und was er draußen oder drinnen unternehmen kann.

„Auch wenn es Sie als Journalisten hart trifft: Sie können die Nachrichten abschaffen, Ihren Verkehrsfunk singen und Ihre Platten rückwärts abspielen – das einzige, was Ihnen Ihre Hörer garantiert nie verzeihen werden, ist, wenn Sie den Wetterbericht vergessen. Unterschätzen Sie nicht die Bedeutung, die der Wetterbericht für Ihre Hörer hat.“³⁷

³⁶ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 05.

³⁷ Bakenhus 1996. S. 205.

Auch bei HoRadS ist das Wetter ein elementarer Bestandteil der Tagesredaktion. Gerade am Morgen ist es wichtig, den Hörer mit einem guten Wetterbericht auszustatten. HoRadS legt Wert auf einen einfachen und verständlichen Wetterbericht mit einem Bezug auf das studentische Leben.³⁸

„Kein Thema vereint Massenbetroffenheit, Alltagsbezogenheit, Aktualität, Gesprächs- und Servicewert so perfekt auf sich wie das Wetter in seiner ganzen Trivialität. Von der Kleiderwahl am Morgen bis zur Freizeitgestaltung am Wochenende bestimmt das Wetter das Verhalten Ihrer Hörer.“³⁹

Es besteht zudem die Möglichkeit, das Wetter durch ein Telefoninterview mit einem Meteorologen noch aufzuwerten.

7.4.3 Die Comedy

Leider wird in den meisten kommerziellen Radiosendern die Comedy auf einem so niedrigen, vorproduzierten Niveau gefahren, dass es manchmal schwer fällt, das wirklich komisch zu finden. Nichts desto trotz ist Comedy ein Bestandteil des Radios. Bei HoRadS allerdings entsteht die Comedy eher zufällig durch die Moderation und das Zusammenspiel der Moderatoren. Ein relativ kleines, vorproduziertes Comedyelement bei HoRadS ist allerdings der *Bauer Bertram*. Bauer Bertram ist ein fiktiver schwäbischer Landwirt, der nach jedem Wetterbericht seinen Kommentar in Form einer Bauernregel abgibt.⁴⁰

Die vorproduzierte Comedy erlaubt eine Vielzahl an SFX in den Beitrag einzubauen. Die vorproduzierte Comedy bei HoRadS liegt bei knapp :30 Sekunden (Richtwert). Radio Comedy ist oftmals nicht wirklich witzig, sondern eher unterhaltsam. Comedy bei HoRadS entsteht meistens auf einer fiktiven Ebene. Es ist von vornherein klar, dass es sich um Unterhaltung in Einzel- oder Dialogsequenzen handelt.

7.4.4 Noch mehr Elemente

Es gibt noch eine Vielzahl an weiteren, kleinen Audio Elementen, die ebenfalls in die Tagesredaktion und Produktion fallen. Das sind zum einen Opener, Closer, Stinger, Ramps, ID's und noch vieles mehr. Jeder Radiosender benennt seine Audioelemente teilweise anders. Wirklich alle zu erklären würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Deshalb sei an dieser Stelle nur Eines herausgegriffen, was mit Sicherheit in jedem Radiosender zu finden ist.

³⁸ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 06.

³⁹ Bakenhus 1996. S. 205.

⁴⁰ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 07.

Der Jingle:

Ein Jingle taucht immer wieder im laufenden Programm auf, um auf den Senderclaim hinzuweisen. Bei HoRadS lautet er: *Wir senden Zukunft*.⁴¹

Bei HoRadS wird ein Jingle auch verwendet um z.B. einen Beitrag einzuläuten. LaRoche / Buchholz (1994) definieren einen Jingle als: *„Durch seine Machart Aufmerksamkeit herstellendes Produktionselement, ein kurzes, aber ohrenfälliges Erkennungselement, das auf die Radiostation, die Frequenz oder auf Programmbestandteile hinweist und Programmelemente miteinander verbindet.“*

⁴¹ Siehe dazu auch Anhang A.3 Die Audio CD. Track 08.

8 Technische Ausrüstung

Starten wir dieses Kapitel mit der technischen Grundvoraussetzung für eine Tagesredaktion im Hörfunk. Ein Computerterminal mit einem allgemein gültigen Texteditor und einem Audioschnittprogramm. Im Falle HoRadS mit *Samplitude*, *Wave Lab* und *Adobe Audition*⁴². Eine ISDN Leitung mit direktem Zugriff auf das Radio Sendesystem DRS 2006, damit der verantwortliche Redakteur seine Beiträge so schnell wie möglich sendefertig machen kann. Weiterhin die Möglichkeit über einen Telefonhybriden Telefoninterviews aufzuzeichnen.

Aufnahmesysteme:

Viele verschiedene Radiostationen benutzen viele verschiedene Aufnahmegeräte. Früher analoge Bandgeräte, Taperecorder – heute digitale Aufnahmegeräte die teilweise direkt auf computergestützte Festplatten aufnehmen können. Im Grunde nimmt aber jedes Gerät Tonspuren auf und spielt sie später wieder ab.

HoRadS Aufnahmesysteme:

Das Hochschulradio Stuttgart HoRadS arbeitet für die Beitragsproduktion mit digitalen Aufnahmegeräten. Nachdem auch digitale Aufnahmegeräte immer günstiger wurden und die Speicherkapazität ein vielfaches größer ist als bei analogen, kann man zurecht von einer regelrechten Revolution sprechen.

Kopfhörer:



Abbildung 03: HoRadS Studiokopfhörer.

⁴² Audition ist auch bekannt unter dem Namen Cool Edit. Das Audioschnittprogramm wurde 2003 von der Firma Adobe aufgekauft und heißt seitdem Adobe Audition.

Kopfhörer sind aus drei Gründen enorm wichtig.

1. Damit der Sprecher sich genauso hört, wie das Signal später zum Transmitter geht. Ohne Kopfhörer hören unsere Ohren ganz anders. Viele kleine Nebengeräusche zeichnen im Kopf ein ganz anderes Tonbild ab, als mit Kopfhörern (z.B. Echo im Raum, ein Rattern des Computers usw.). Auch bei Interviews bietet es sich an, Kopfhörer zu tragen um unnötige Nebengeräusche ohrfern zu halten.
2. Am Mischpult selber kann man auch mit offenem Mikrophon sehr gut über Kopfhörer alle weiteren Audioteile zusammenmischen, oder einzeln anhören. Über die Lautsprecherboxen entsteht ein Feedback, ein unangenehmer Boostsound der immer lauter wird und in einem unerträglichen hohen Ton endet. Im schlimmsten Fall macht man damit den Klangkörper der Lautsprecher kaputt. Man könnte die Lautsprecher muten, d.h. sie stumm schalten, aber dann hört man ohne Kopfhörer gar nichts mehr.
3. Über Kopfhörer können im Studio Instruktionen weitergegeben werden, ohne dass eine dritte Person dadurch gestört wird. Außerdem werden über Kopfhörer unsere Ohren auch geschützt. Im Sendestudio gibt es sog. Limiter, die ein Übersteuern verhindern. Gerade im Radiogeschäft sind die Ohren und die Stimme ein unverzichtbares Werkzeug.

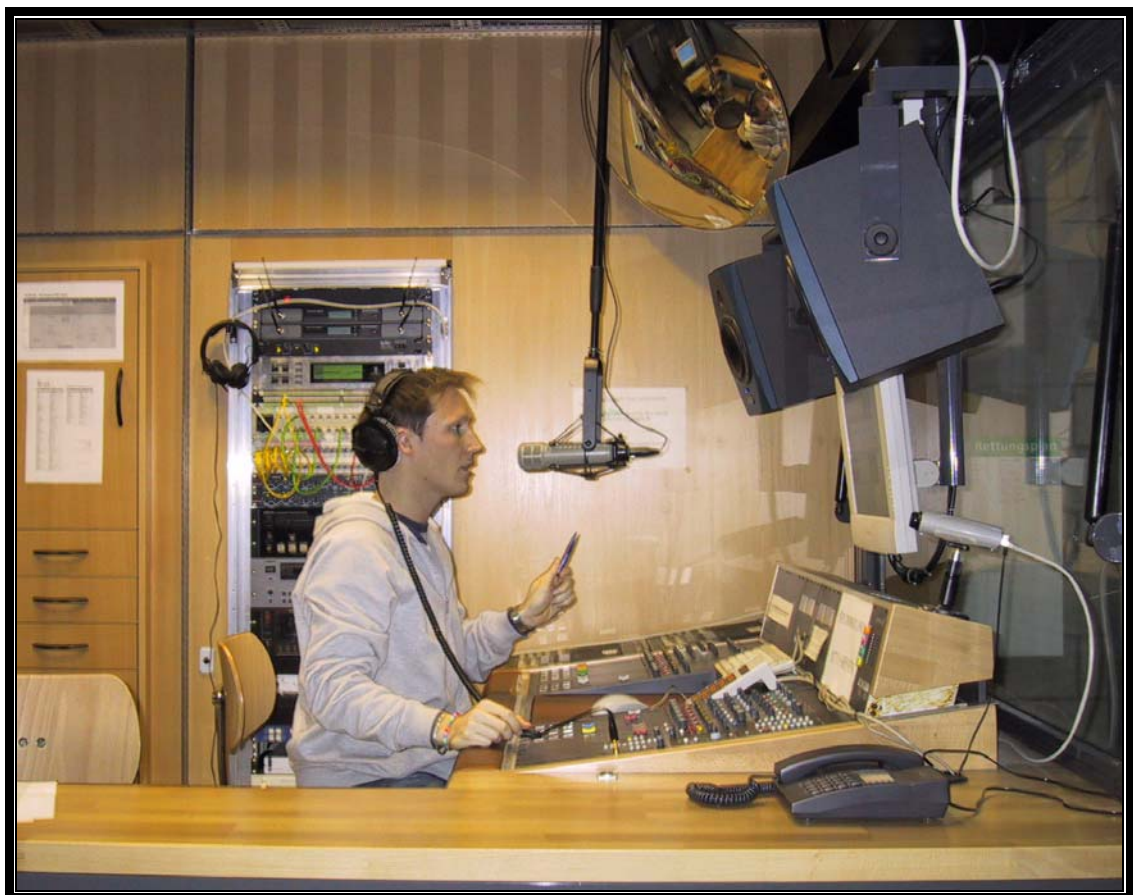


Abbildung 04: Der Kopfhörer sitzt so, dass der Moderator noch reagieren kann.

Mikrophone:

Mikrophone gibt es viele verschiedene. Für jeden Anlass und für jeden Raum ein geeignetes Mikrophon. Aufnahme von oben, von unten, von der Seite oder direkt von vorne. Manche Mikrophone sind aktiv, d.h. sie brauchen eine extra Stromversorgung in Form von Batterien, oder man muss sie zumindest zuerst anschalten. Beides ist vor jedem Gebrauch unbedingt zu überprüfen.



Abbildung 05: HoRadS Studiomembranmikrophon.

Es gibt Richtmikrophone für Aufnahmen auf Distanz oder Lippenmikrophone, die nur Geräusche direkt vor dem Mund aufnehmen. Diese werden z.B. in Fußballstadien als Kommentatorenmikrophone eingesetzt, wo es ansonsten zu laut ist. Es gibt aber auch omnidirekte Mikrophone, die Geräusche von überall her aufnehmen. Diese sind für Interviews geeignet, wo es gerade auf die Nebengeräusche ankommt.

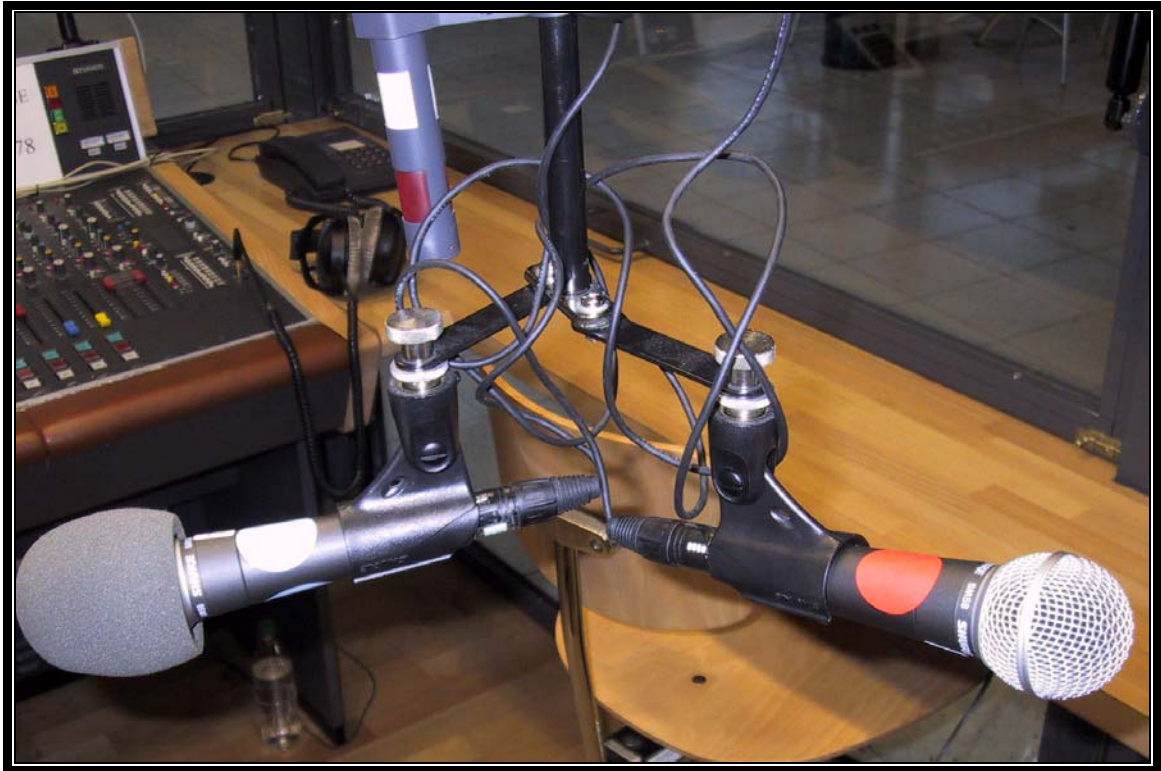


Abbildung 06: Sure SM58 Studiomikrophone. Mit und ohne Poppchutz.

Spricht man bei Interviews zu dicht in ein Mikrophon entsteht oftmals ein sog. *Popping*, eine kleine Luftexplosion direkt am Mikrophonkopf. Besonders bei Buchstaben wie P oder B ist das der Fall. Durch das schnelle Ausströmen der Luft entsteht am Mikrophonkopf eine kleine Luftexplosion und bei der Aufnahme ist später eine störende Übersteuerung zu hören. Vermieden werden kann dies durch einen ordentlichen Abstand beim Mikrophonhalten oder durch einen sog. schaumförmigen Poppchutz. Dieser Poppchutz ist auch häufig mit dem Radiologo des Senders bedruckt, um bei Pressekonferenzen das Logo werbewirksam in die Fernsehkameras zu halten und bei Interviews eine Wiedererkennung des Senders zu gewährleisten. Aus rein finanziellen Gründen arbeitet HoRadS derzeit noch ohne Poppchutz.

8.1 Audiogeräte

Die MD: ⁴³

Mini Disc Recorder sind klein, handlich, kompakt und können digital etwa zwischen 70 und 80 Minuten aufzeichnen. Das aufgenommene Material kann schon grob vor Ort geschnitten und editiert werden. Die Spur kann in einzelne Abschnitte sog. Tracks unterteilt werden. Dies erleichtert das spätere Wiederauffinden. Zusätzlich besteht die Möglichkeit des Benennens eines einzelnen Audiostückes. MD's können beliebig oft gelöscht und neu bespielt werden. Der einzige Nachteil ist die Digitalisierung selbst.

⁴³ MD = Mini Disc.

Durch das Verfahren werden Soundclips komprimiert und dadurch gehen sehr tiefe oder sehr hohe Töne verloren.



Abbildung 07: Kleiner HoRadS MD Recorder mit Mikrophon und Ständer.



Abbildung 08: Professioneller HoRadS MD Recorder. Eingebettet mit Mikrophon.

Das DAT: ⁴⁴

Das Digital Audio Tape wurde als ganz großer Durchbruch der Industrie gefeiert, erlebte allerdings einen klassischen Fehlstart. DAT's sind kleiner als herkömmliche Musikkassetten und zeichnen digital auf. Der Nachteil ist, dass DAT's die selbe Technik wie Videorecorder benutzen – eine langsame Spultechnik zum Auffinden der einzelnen Tracks. Das Aufzeichnen erfolgt in einzelnen *Bits*⁴⁵ und ähnelt grob dem eines Texteditors. Die einzelnen Bits können gut von einem Computer bearbeitet werden. Die Aufnahmequalität ist allerdings bemerkenswert gut. Eine fast 100%ige Kopiequalität gegenüber dem Original. Rauschen und Datenverlust wie bei herkömmlichen Audiokassetten sind ausgeschlossen.



Abbildung 09: HoRadS DAT Recorder mit Mikrofon und Ständer.

⁴⁴ DAT = Digital Audio Tape.

⁴⁵ Ein Bit in diesem Fall ist als kleinste, elektronische Speichereinheit zu verstehen, nicht als Abkürzung für Beitrag.

8.2 Audiotbearbeitung

Die eigentliche Audiotbearbeitung ist eine Kunst für sich. So schreiben Chantler / Steward (2003): *“You are crafting a piece, like an artist. Radio is theatre of the mind and you have to be creative when using words and sounds.”*

8.2.1 Audiotbearbeitung inhaltlich

Die allermeisten Audiotteile müssen bearbeitet werden, bevor sie On Air gehen. Kein Interviewpartner fängt mit dem Satz an: *Was ich damit sagen möchte ist...* . Keine Umfrage fängt damit an: *Ich sehe das genauso...* . Audiotteile müssen also gestutzt, geschnitten und umgestellt werden, damit sie ins Bild des gesamten Beitrages passen und damit sie der Hörer auch verstehen kann. Nichts desto trotz sollte der Sinn des Gesagten nicht verändert werden. Was eine interviewte Person wiedergibt, entspricht mit einer ganz anderen Fragestellung nicht mehr dem ursprünglichen Ideengut und ist so auch nicht für HoRadS akzeptabel.

Störungen, Aussetzer, Versprecher und zu lange Sätze dürfen gestutzt und bearbeitet werden, damit die Antwort flüssiger klingt und für den Hörer später leichter zu verstehen ist. Erzählt z.B. ein Passant auf der Strasse ca. 8 Minuten lang wie schön Stuttgart ist, kann man das Gesagte kürzen. Erklärt ein Politiker allerdings sein Nein zu Studiengebühren und geschnitten klingt das wie ein Ja, ist dies nicht akzeptabel. Weiterhin sind die eigentlichen Inhalte zu beachten. Erklärt ein Fußballtrainer donnerstags: *Ich freue mich auf das morgige Spiel* und der Beitrag ist für Freitagfrüh, darf der Satz: *ich freue mich auf das morgige Spiel* natürlich nicht drin vorkommen.

Interviews sollten weitgehend schon im Vorfeld so geführt werden, dass der Aufwand bei der Audiotbearbeitung auf ein Minimum reduziert werden kann. Oft herrscht Hektik und Zeitdruck. Für einen guten Beitrag sollte man sich allerdings nicht aus der Ruhe bringen lassen. Bei der Audiotbearbeitung selbst, sollte man jedoch immer aufpassen. Einmal im Computer eingespielt, sollte auch das gesamte Rohmaterial abgespeichert werden. Etwas gelöscht ist schnell. Verlorene Sätze, abgeschnittene Endungen und Buchstaben sind oft schwer wieder herstellbar und zerstören einen Beitrag.

Man sollte einfach ein Ohr dafür entwickeln, wie eine Person spricht. Zu viele Pausen lassen die Person langweilig erklingen. Zwei Atmungen hintereinander klingen unecht und gar kein Luftholen lassen die Person wie einen Roboter klingen. Eine goldene Regel besagt: *listen twice – cut once*. Also lieber zweimal Reinhören und dann schneiden. Das Original ist einfach zu schnell kaputt gemacht.

8.2.2 Audiotbearbeitung Digital

Die digitale Audiotbearbeitung erfolgt auch bei HoRadS auf die am meisten genutzte Art – am Computer. Die Audiodaten werden in den Computer über ein Mischpult eingespielt. HoRadS benutzt herkömmliche Audiotsoftware. Zur Beitragsproduktion sind in der Tagesredaktion im Moment zwei Audiotchnittprogramme in Gebrauch. *Samplitude* und *Adobe Audition*. Viele Audiotchnittprogramme kämpfen um die Gunst des Endverbrauchers. Sie unterscheiden sich hauptsächlich in der Handhabung und im Preis. Im Endeffekt machen sie allerdings alle das Gleiche, sie bearbeiten Audiodaten.

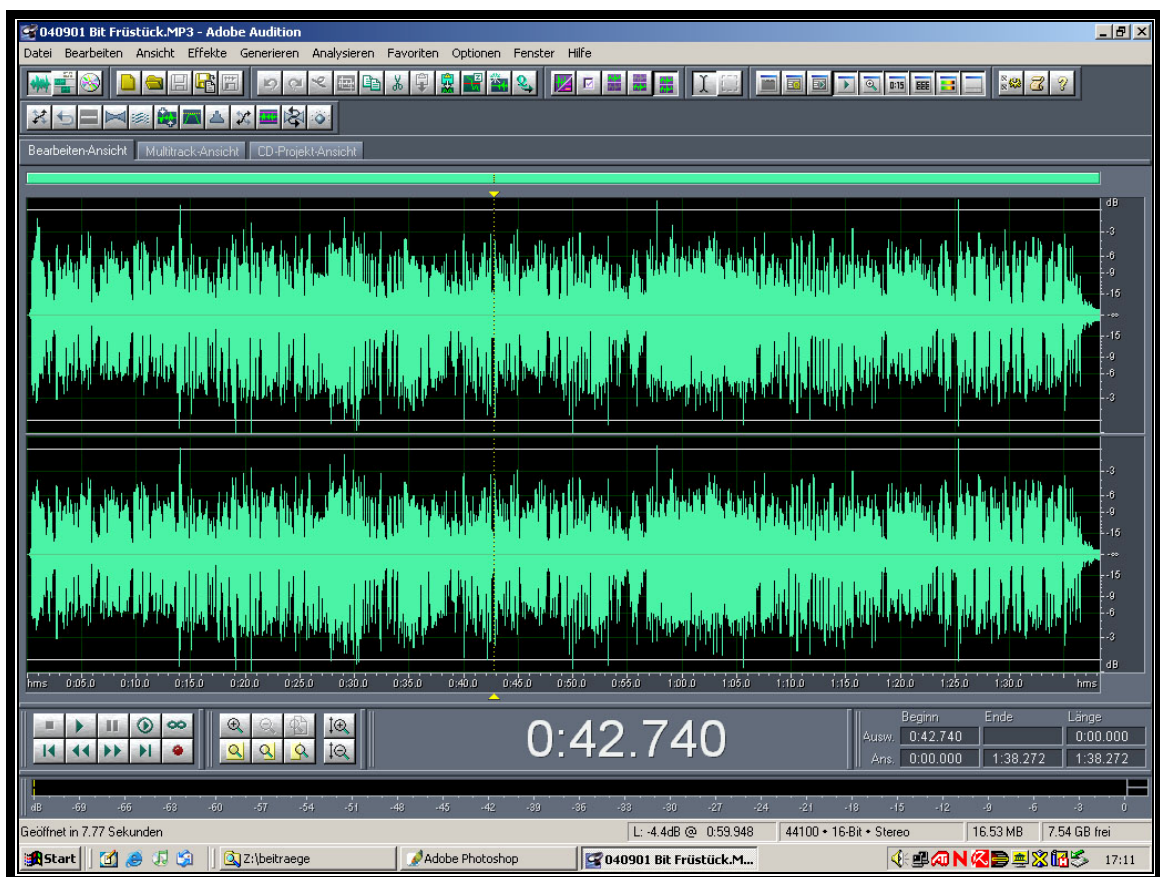


Abbildung 10: Audiospur im Schnittprogramm Adobe Audition.

Eingespielte Audiodaten können normalerweise als Datei im Format .wav eingesehen werden. Mit der Computermouse können Teile markiert, verschoben und gelöscht werden. Ein Vergrößern und Verkleinern der Teile ist ebenso möglich. Weiterhin stehen bestimmte Effekte zur Verfügung wie z.B. Ein- und Ausfaden. Mit dem *Undo* Knopf bleibt auch die ständige Option des Rückgängigmachen. Das Gute daran: die Datei kann beliebig oft verändert werden, ohne dass die Originaldatei verändert wird. So kann man experimentieren.

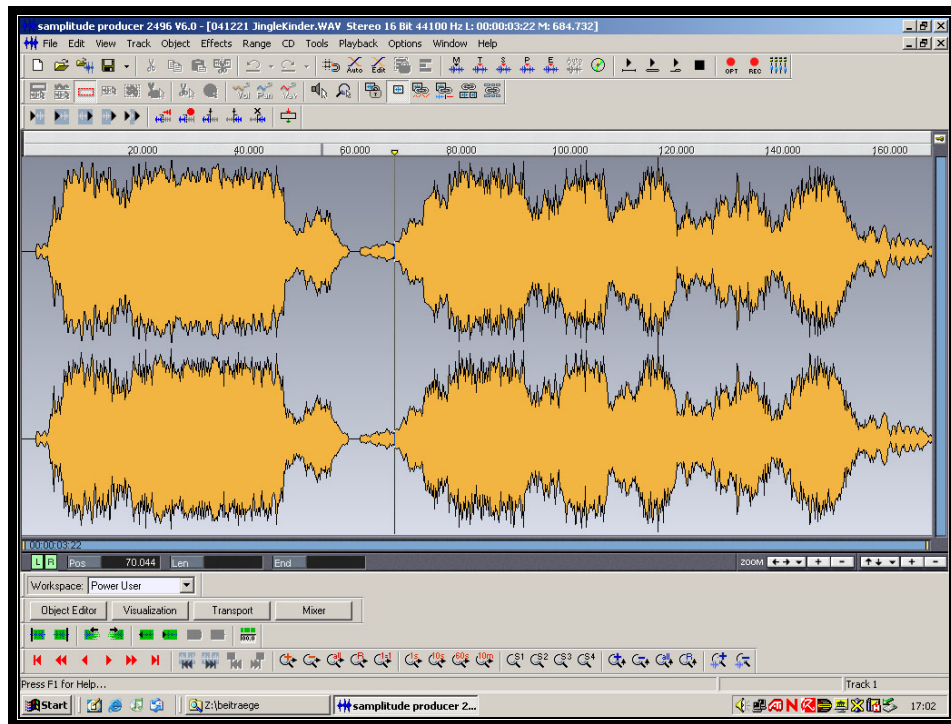


Abbildung 11: Audiospur im Schnittprogramm Samplitude.

Zusammen mit anderen Audiodateien und Soundclips können dann im Mehrspurverfahren ganze Beiträge produziert werden. Die Originaldatei bleibt erhalten und das veränderte Audiomaterial kann als neuer, fertiger Beitrag gesondert abgespeichert werden.

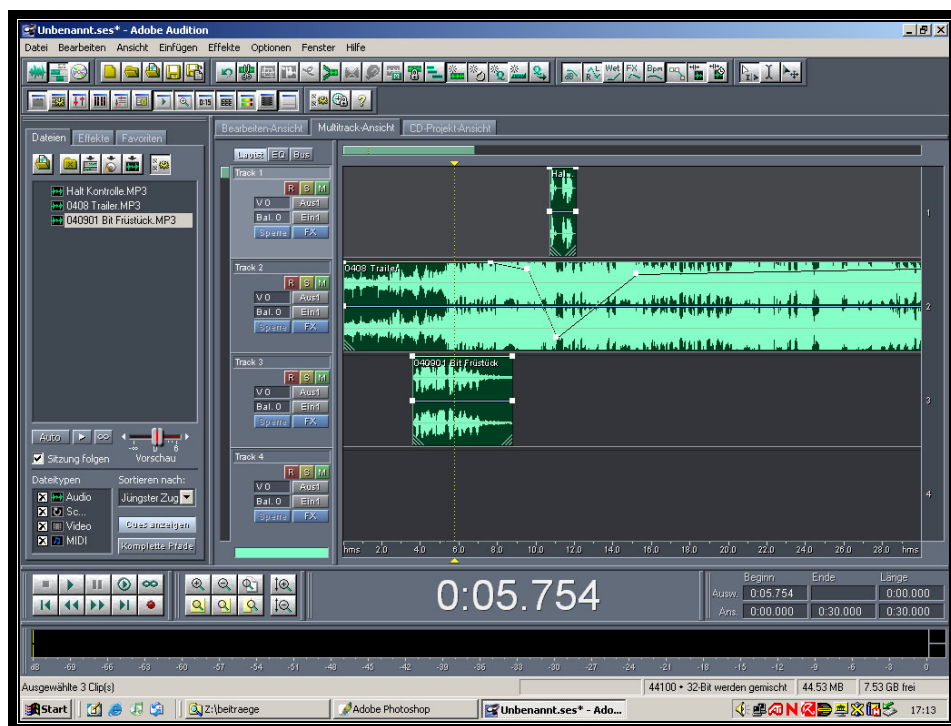


Abbildung 12: Audiodateien im Adobe Audition Mehrspurverfahren.

8.3 Die HoRadS Studios

HoRadS unterscheidet hier in eigentliche Sendestudios und kleinere Produktionsplätze. Zum leichteren Verständnis wurden im Rahmen der Masterthesis diese in *Groß* und *Klein* unterschieden.

8.3.1 Groß

HoRadS besitzt ein verglastes Sendestudio in Stuttgart Vaihingen. Dies ist im Gebäude der HdM – Hochschule der Medien, Nobelstraße 10 untergebracht. In diesem analogen Selbstfahrerstudio sind vereinfacht mehrere technische Ressourcen vorhanden.

- Mikrophone
- Computer
- Tonträger
- Audioabspielgeräte
- Telefone
- viele Kabel und Leitungen



Abbildung 13: Das HoRadS Sendestudio in Stuttgart-Vaihingen.

Das Mischpult erlaubt dem Moderator oder dem Produzenten verschiedene Audioteile miteinander zu vermischen. Im Sendestudio wird das Kombinierte zu einem Sendesignal verschmolzen und an einen Transmitter geschickt. Der bringt das Ganze On Air auf die Frequenz 99.2, Kabel 102.1 zu jedem Hörer im Großraum Stuttgart.

8.3.2 Klein

Neben dem eigentlichen Sendestudio unterhält das HoRadS Tagesredaktionsnetzwerk einzelne Produktionsplätze für die Beitragsproduktion. Diese brauchen als technische Grundausstattung mindestens ein Mikrophon, ein Audioschnitt- und Bearbeitungscomputer, Zugang zu eingehenden Ressourcen wie Audiogeräte und Telefonleitungen, Kopfhörer und natürlich ein kleines Mischpult, um alles abzumischen. Das kleinere Produktionsstudio kann zusätzlich auch als Interviewplatz dienen. Mit einem zweiten Mikrophon können Live Interviews geführt werden und direkt mit dem Computersystem aufgenommen werden.

Das Produktionsstudio der Stammredaktion befindet sich in der HdM – Hochschule der Medien, Wolframstraße 32 in Stuttgart. Weitere Produktionsplätze sind bei der Firma Noema Media, Stuttgart Stadtmitte und in der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, Stuttgart untergebracht. Weiterhin unterhalten die HoRadS Mitglieder Pädagogische Hochschule Ludwigsburg und die Evangelische Fachhochschule Ludwigsburg-Reutlingen einen Produktionsplatz.

Durch dieses kleine, interne HoRadS Netzwerk kann die gesamte Senderegion Stuttgart produktionstechnisch abgedeckt und vor Ort gearbeitet werden.

9 Zusammenfassung und Ausblick

HoRadS ist immer noch in der Aufbauphase und wird es noch ein paar Jahre bleiben. Ein Radio entsteht nicht von heute auf morgen. Wenn auch gleich einige Privatradios dies manchmal glauben. Im Moment bestreiten noch überwiegend Studierende der HdM und der Musikhochschule Stuttgart das Programm. Wöchentlich wird vom Paritätischen Wohlfahrtsverband ein einstündiges Sozialmagazin produziert, das am Samstag Vormittag ausgestrahlt wird. Zusätzlich wird ein einstündiges Programm für Kinder von Radijojo gesendet, ebenfalls am Samstag Vormittag. Neu im HoRadS Programm ist seit dem Wintersemester 04/05 das *HoRadS – Campus Magazin*. Im Moment sind die einzelnen HoRadS Vereinsmitglieder, also die Hochschulen, immer montags bis freitags von 9 bis 10 Uhr zu hören. Jeden Tag präsentiert ein anderes Hochschulmitglied das Magazin. Ein Magazin hat nach Volkmer (2000): „[...]die Funktion als ein Begleitprogramm verstanden zu werden.“ In einem Magazin ist der Dialog mit dem Hörer, sowie die Themen der Nacht nur Nebensache. Die sollen von den Nachrichten abgedeckt und von der Morningshow aufgegriffen werden. Sport und Comedy sind im HoRadS Magazin ebenfalls nur relevant, wenn sie in direktem Bezug mit dem eigentlichen Thema der Magazinsendung stehen. Das *HoRadS – Campus Magazin* berichtet direkt von Themen aus den einzelnen Hochschulen. *Was passiert an meiner Hochschule? Was kann man in diesem Semester erwarten? Wie sieht der neue Mensaplan aus?*

Die Dynamik und der rasche Erfolg des HoRadS Projekts hat alle Beteiligten überrascht. Die technischen Mitarbeiter der Hochschulen haben sich in das Radioprojekt voll eingebracht und leisten Support, wo nötig. Die Redaktionsleitung hält den Sendebetrieb am Laufen. Die Tagesredaktion stellt das tägliche Programm zusammen.

Im laufenden Semester sind rund 100 freiwillige Mitarbeiter zu verzeichnen. Die Zahl der am Radio beteiligten Studierenden wird weiter steigen. Wichtig sind jetzt zusätzliche Produktionsarbeitsplätze für Aufnahme, Montage und Fertigstellung von Beiträgen zu realisieren, denn nur so kann die Produktion von Beiträgen, Reportagen und Features ausgebaut und damit die inhaltliche Qualität der Sendungen optimiert werden. Die Senderechner müssen ausgebaut und modernisiert werden, um die Sendeabwicklung weiter zu automatisieren und zu dezentralisieren.

Zusätzlich sollte auch Raum für rundfunktechnische und programmtechnische Innovationen im Bereich DAB⁴⁶, und evtl. Surround Radio geschaffen werden.

Hochschulradios in Deutschland haben im Jahr 2004 einen größeren Zuwachs als alle anderen Radiostationen verzeichnen können. Die Bemusterung durch die

⁴⁶ DAB = Digital Audio Broadcasting.

Musikindustrie nimmt merklich zu. Immer öfter werden gerade Hochschulradios als so genannte Versuchsplattform auserkoren. Was hier erfolgreich läuft, hat auch Chancen im kommerziellen Rundfunk. Dennoch haben es Hochschulradios nicht leicht. Besonders zum Sendestart bedarf es einer kräftigen Portion Professionellität, gute Organisation, Ruhe und ein hervorragendes Team, um den Radiosender und die Tagesredaktion am Laufen zu halten. HoRadS arbeitet täglich daran, seinen Hörern ein noch besseres Programm bieten zu können.

HoRadS – das Hochschulradio Stuttgart ist auf dem Vormarsch, sowie andere Hochschulradios in Deutschland. Sie bieten eine echte Alternative zum kommerziellen Dudelfunk der Öffentlich-Rechtlichen und privaten Anbieter. Alternativ und professionell betrieben, haben sie eine echte Chance gehört zu werden.

HoRadS – Wir senden Zukunft!

A.2 Das Programmschema




99,2 MHz	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6:00 7:00	 Jazzwecker					
7:00 8:00 8:00 9:00	Morningshow 					Best of HoRadS
9:00 10:00	Campuscharts	 HdM	UNI	MHS	LUBU	HoRadS Jazz
10:00 11:00	HoRadS KlassiX					Sozialmagazin
<div>WEB</div>						
16:00 1:00	Maureena, Raynar Pop-Talk 11:00 - 12:00		Mark radioNext 11:00 - 12:00			
	Sabine, Danny FRESH 16:00 - 17:00		Stanze, Chrissi TripleX 17:00 - 18:00		Reiner Horchposten 17:00 - 18:00	
	Lucie, Nadine, Martina Pinnwand Sport 18:00 - 19:00		Ella, Nina 60 Minutes 2 Go 18:00 - 19:00			
1:00 6:00	Bernfried Traumfänger 21:00 - 22:00		Stephan BOOMbing Tunes 21:00 - 22:30		Marcel ElektroniKonsum 19:00 - 20:00	
<div>Experimental nacht</div>						

Abbildung 15: Das Programmschema. Stand: Wintersemester 2004/2005.

A.3 Die Audio CD

Track 01. O-Ton ungeschnitten

Track 02. O-Ton geschnitten

Track 03. Die Umfrage

Track 04. Das Telefoninterview

Track 05. Die HoRadS News

Track 06. Das Wetter

Track 07. Die Comedy / Bauernregel

Track 08. Das Jingle

Track 09. Bonustrack

Urheberrechtlich Geschützt. Pierre Seidel 2005.

Anhang B: Tagebuch – ein Querschnitt der ersten zwei Monate bei HoRadS

Montag 07.06.04

Heute morgen fahre ich noch die Morningshow und um 14 Uhr habe ich ein Jobangebot. So schnell kann das gehen. Prof. Wolfgang v. Keitz bietet mir die Mitarbeit bei HoRadS an. Hauptaufgabe als neuer Programmchef / CvD: Aufbau einer Tagesredaktion.

Wie stelle ich mir das vor? Kontakte knüpfen, in Presseverteiler kommen. HoRadS als eigenständiges, vollwertiges Radio in Stuttgart etablieren? Ich will Studenten, Praktikanten in mittelfristiger Zukunft zu Presseterminen schicken und mit ihnen Beiträge produzieren, die für HoRadS bestimmt sind. Weiter sollen die Beiträge so gut werden, dass sie für Dritte verkauft werden können. Gegen 15 Uhr Treffen mit dem zukünftigen Wissensradio *Wilantis*. Die Herren möchten in Zukunft evtl. Beiträge bei uns einkaufen. Vorstellung: ca. 3 Beiträge pro Woche, können auch 5 bis 15 Minuten werden. Ich halte das für eine Illusion. Wir sollten uns an erster Stelle um unsere eigene Redaktion kümmern. Wir werden sehen. Mit Uwe besuche ich noch die 14tägige Redaktionssitzung der Musikhochschule Stuttgart. Die Studierenden möchten sich auf ein einheitlicheres Konzept für ihre Beiträge einigen. Ich mache ihnen klar, dass ihre Produktionen spritziger werden müsse, um ins Gesamtkonzept zu passen.

Dienstag 08.06.04

Treffen um 9 Uhr mit Uwe. Es ist wirklich viel geschehen, seit dem Sendestart am 01.01.2004. Ich schreibe eine Stellenausschreibung für Praktikanten. HoRadS vergibt 4 Praktika: On Air, P/R, Musikredaktion und IT Administration. Die Anzeige wird bei radioszene, radionews, jobpilot und an den Hochschulen ausgehängt. Hoffentlich bewerben sich auch ein paar fähige Leute. Wir fahren nach Vaihingen. Um 18 Uhr ist Gesamtedaktionssitzung. Ich werde vorgestellt. Ich denke, viele geben sich Mühe, müssen aber noch viel verbessern. Ich wohl auch. Das neue Webseiten Design soll grün werden. Mal sehen, wie lange es dauert es umzusetzen. Gute Zusammenarbeit mit Manuela Fischer. Sie leitet im Moment die Musikredaktion. Hat schon viele Kontakte geknüpft mit Plattenfirmen. Habe heute Schlüssel, Kopierkarte und Platz in 118 bekommen. Das Problem in 118: Für eine Beitragsredaktion brauche ich einen Produktionsplatz, der hundertprozentig technisch funktioniert. Der Raum ist groß und nicht schallgeschützt. Es fehlt ein Telefonhybrid für Telefoninterviews. Auf den Rechnern ist zu viel Datenmüll und es gibt zu viele unterschiedliche Schnittprogramme. Werde räumliche Veränderungen vornehmen und versuchen Cool Edit als Schnittprogramm durchzusetzen.

Mittwoch 09.06.04

Für die Tagesredaktion müssen viele Kontakte geknüpft werden. Welche Institutionen sind elementar wichtig? Redaktionskonferenz Radiomanagement: Es gibt mittlerweile aus fast jedem Bereich eine verantwortliche Person. Öffentlichkeitsarbeit, Musikredaktion, Hörerforschung, Design. Ein Problem sehe ich im Ende des Semesters. Die Verantwortlichen geben das Projekt ab und dann verschwindet es in der Versenkung. Wir beschließen das Logo für die Promotion. Weiterhin ein Grobentwurf für eine Plakatserie. Inhalt: Technische Close Up Photos mit einem kleinen grün eingefärbten Gegenstand. Dann Logo unten rechts und grünem Balken drunter. Berichte aus den einzelnen Bereichen. Danach gleich Treffen der Musikredaktion. Neue Titel für die Campus Charts müssen vorgeschlagen werden. Die Campus Charts gehen als Best Off auf die Webseite. Hole Angebote für Telefonhybrid ein. Erstelle to do Listen und Adressen Datei für Presseverteiler.

Freitag, 11.06.04

Das Büro, Produktionsstudio in 118 nimmt Gestalt an. Habe versucht den Krach der Klimaanlage einzudämmen. Habe Stellwände um den Produktionsplatz aufgebaut. Die Lüftung wurde zugeklebt. Dadurch ist der Raumklang um ein Vielfaches leiser geworden. Werde Praktikantenarbeitsplatz schaffen. Mache mir Gedanken wegen des Zeitplans. Viele Kontakte müssen noch geknüpft werden um eine einigermaßen ordentliche Tagesredaktion aufzubauen. Legen einen Termin Ordner an. Raum 118 hat keine Möglichkeit zum Drucken. Das gibt es doch gar nicht! Für die Vereinheitlichung von DRS versuche ich mit Uwe so viel wie möglich rauszuschmeißen. Musik soll zukünftig nur noch von der Musikredaktion eingespielt werden. Keine weiteren Unterordner! 700 Titel müssen noch überprüft und datenbanktechnisch umgespeichert werden. Da ist soviel Datenmüll drin. Es fehlen radiotaugliche Elemente. Es fehlt ein Sounddesign. Bestehende Beiträge müssen einheitliche Schlagworte bekommen, angehört und ggf. gelöscht werden. Neue Beiträge müssen produziert werden. Stelle mir bei laufender Redaktion mindestens zwei täglich neu produzierte Beiträge in der Morningshow vor. Jeweils um :20. Heißt für die Stundenuhr: Einstieg – Teaser – Bit.

Montag, 14.06.04

Brauche dringend eigenen Telefonanschluss. Habe angefangen DRS aufzuräumen. Alle alten Beiträge sind raus. Jetzt geht es an den Neustart. Liegt noch viel Arbeit vor uns. Erste Pressetermine vergeben. Mal sehen, was daraus wird.

Dienstag, 15.06.04

Endlich haben alle alten Beiträge einheitliche Schlagworte. Sie haben folgende Struktur bekommen: Datum jj.mm.tt., Bit steht für fertigen Beitrag, Umf. für Umfrage. und eindeutiger Titel. Ganz viel alten Datenmüll gelöscht. Für die Zukunft stelle ich mir das so vor: aktuelle Bits laufen nur noch über mich. Die täglichen oder wöchentlichen Updates werden von mir oder Uwe Saile ins DRS gestellt. So haben die Moderatoren

nur auf das Zugriff, was wirklich wichtig ist. Produzieren kann natürlich jeder. Letzte Entscheidung liegt aber bei Stammredaktion.

Donnerstag, 17.06.04

Es geht voran. Telefonanschluss heute bekommen. Es ist jetzt wichtig, schnell einen Telefonhybriden zu bekommen und anzuschließen. Dann können auch längere Interviewstrecken einfach überbrückt werden. Interview mit Prof. Roos über neuen Studiengang geführt. Eingespielt und geschnitten. Werde ich morgen fertig machen und einstellen. Ebenfalls Interview mit Eric Gauthier in der Röhre geführt. Außerdem weitere Termine vereinbart für Beiträge. Muss mich kommende Woche unbedingt um Presseverteiler kümmern. Praktikumsstellenausschreibung erweitert. Hoffentlich melden sich bald mal ein paar Leute. Bräuchte wirklich dringend jemanden. Wenn eine zweite Person da wäre, könnte man auch so Dinge wie Veranstaltungstipps oder Kinonews mit ins Programm nehmen. Viele kleine Dinge erledigt, wie Öffentlichkeitsarbeit und Einweisung in Interviewtechnik der Musikhochschulstudenten. Gut wären kleine Seminare zum Thema Interviewtechnik und Beitragsproduktion für alle Beteiligten.

Freitag, 18.06.04

HoRadS besitzt sehr gute Aufnahmegeräte. Ist wohl keinem bisher bewusst. Sogar ein Super MD Recorder. Der Künstler Eric Gauthier ist mit seiner aktuellen Single *Morning after sun* der erste Künstler mit geclaimten Song auf HoRadS. Die Musikhochschulmädels haben beim Interview das Mikro nicht eingeschaltet. Typischer Anfängerfehler. Erster Termin für Sprecherziehung ist angesetzt.

Dienstag, 22.06.04

Habe angefangen SFX Elemente für die Beitragsproduktion einzuspielen. Werde versuchen sie auch eindeutig zu kennzeichnen um ordentliche Produktion zu gewährleisten.

Mittwoch, 23.06.04

Beitragsredaktion läuft. In der Morningshow muss ein einheitliches Konzept gefahren werden, damit die Beiträge auch zeitlich untergebracht werden können. Eine einheitliche Playlist mit der Musik der Musikredaktion und den vorgeschriebenen Beiträgen. Sonst wird das alles Chaos.

Freitag, 25.06.04

Jetzt ist es schon 20 Uhr. Wahnsinn. Habe mich heute entschlossen, eine Standardplaylist zusammen zu stellen. Dort müssen feste Beitragssendeplätze rein. Dann muss ein Ordner angelegt werden, damit man die Übersicht behält, wann und wo welche Beiträge gesendet wurden. Brauche Adressenliste aller verantwortlichen Moderatoren. Werde geeignete Stundenuhr für Morningshow entwerfen müssen.

Dienstag, 29.06.04

Weitere Kontakte mit Pressestellen geknüpft. VfB angerufen, Stadt Stuttgart. Müssen noch fest in die Verteiler der Hochschulen. Sollten jeden Monat einen aktuellen Musik Trailer produzieren. Zuerst nur einen pro Monat, darauf kann man aufbauen. Sollte einen Wochenplan zusammenstellen und immer eintragen, wo, wann, welcher Beitrag lief.

Mittwoch, 30.06.04

Raum 118 wird langsam schöner. Sofas füllen den Raum. Arbeite weiter im DRS. Verwaltung für alle Elemente. Neue Stundenuhr ist im Kopf. Brauche genaueren Beitragssendeplan. Im Moment kann ich mich nicht darauf verlassen, wann was überhaupt läuft. Werde täglichen *Aircheck*⁴⁷ aller Moderatoren vornehmen.

Freitag, 02.07.04

Beiträge fließen auch aus anderen Bereichen ein. Eine Produktion von HdM Studierenden hat eine Umwelt CD Rom erstellt, woraus sich durchaus Bits verwenden lassen. Das HoRadS Mitglied Paritätischer Wohlfahrtsverband produziert, zumindest technisch gesehenen, Mist der sich unmöglich langfristig senden lässt. Müssen da was ändern.

Donnerstag, 08.07.04

Die neue Stundenuhr wurde abgesegnet. Das war wichtig. Jetzt kann man diese Uhr den einzelnen Moderatorenteams nach und nach nahe bringen. Seit Mittwoch ist das neue HoRadS Sounddesign da. Klingt ganz gut. Muss nur noch ins DRS eingepflegt werden. Es geht voran und 2005 wird ein HoRadS Jahr.

⁴⁷ Als Aircheck wird zum Einen die technische Aufzeichnung des gesprochenen Wortes im Radio bezeichnet und Zweitens eine kurze Rücksprache mit dem Verantwortlichen Redakteur.

Glossar

Aircheck (engl.): Als Aircheck wird zum Einen die technische Aufzeichnung des gesprochenen Wortes im Radio bezeichnet und Zweitens die kurze Rücksprache mit dem verantwortlichen CvD.

Äther (gr.-lat.): Himmelsluft. Himmel. Man sagt die Schallwellen werden in der Luft übertragen. Etwas geht über den Äther.

On Air (engl.): Im Deutschen etwas sendend.

Off Air (engl.): Im Deutschen etwas nicht sendend.

Event (engl.): Ereignis, Vorfall, Begebenheit, z.B. eine sportliche Veranstaltung oder ein Festprogramm.

Mainstream (engl.): Main = Haupt, hauptsächlich. Stream = Strom, strömend. Im Deutschen der breiten Masse (Bevölkerungsmasse) entsprechend.

Tag (engl.): für Schildchen, Etikett. Etwas etikettieren, auszeichnen, anhängen.

Literaturverzeichnis

Bakenhus, N. (1996): Das Lokalradio. Ein Praxis-Handbuch für den lokalen und regionalen Hörfunk.

UVK Medien: Konstanz.

BLR (2004): O-Ton Downloadportal.

<http://www.blr.de>

(Datum des Zugriffs: 12.01.05).

Chantler, P. und Stewart, P. (2003): Basic Radio Journalism.

Focal Press: Amsterdam, Boston, Heidelberg, London, NYC, Oxford, Paris, San Diego, San Francisco, Singapore, Sydney, Tokyo.

Deutschlandfunk (2004): Aufbau der Nachrichten.

<http://www.deutschlandfunk.de>

(Datum des Zugriffs: 07.01.05).

Norddeutscher Rundfunk (2004): Deutsches Presserecht.

http://www1.ndr.de/ndr_pages_std/0,2570,OID505056_REF_SPC423308,00.html

(Datum des Zugriffs: 03.11.04).

Norddeutscher Rundfunk (2004): Deutsches Presserecht, Artikel 5, Zensur.

<http://www.artikel5.de/>

(Datum des Zugriffs: 03.11.04).

O-Ton Service (2004): O-Ton Downloadportal.

<http://www.oton-service.de>

(Datum des Zugriffs: 12.01.05).

Volkmer, P. (2000): Charakteristika der Radiokommunikation - Eine medienlinguistische Analyse.

Tectum Verlag: Marburg.

von LaRoche, W. und Buchholz, A. (1997): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für die Ausbildung und Praxis im Hörfunk.

List Verlag: München, Leipzig.

Weitere Quellen

Alle Abbildungen: Pierre Seidel (2004) außer

Abbildung 13: Robin Stark (2004): Das Programmschema.

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterthesis selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift

Stichwortverzeichnis

99.2 7, 10, 11, 57

Abmoderation 20, 21

Anmoderation 20, 21

Audioproduktion 9

Beitrag 2, 6, 8, 9, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 33, 34, 35, 38, 40, 42, 45, 46, 52, 53, 55, 63, 65

Hochschulradio 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 26, 27, 30, 31, 34, 40, 47, 59

HoRadS 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65

Hörer 13, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 29, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 44, 45, 53, 57, 58

Hörfunk 2, 9, 42, 47, 67

Kabel auf 102.1 10

Moderator 5, 24, 25, 35, 37, 39, 44, 48, 57

Morningshow 5, 12, 44, 58, 60, 62, 63, 64

On Air 11, 12, 15, 25, 34, 39, 42, 43, 53, 57, 62

O-Ton 5, 6, 8, 20, 25, 26, 27, 28, 31, 33, 34, 35, 36, 42, 43, 61, 67

Radio 2, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 21, 23, 24, 25, 41, 42, 44, 45, 47, 53, 58, 62, 65, 66, 67

Radio-Bar 11

Recherche 15

Redaktion 9, 11, 12, 14, 15, 18, 24, 25, 30, 62, 63

Stammredaktion 12, 31, 57, 64

Tagesredaktion 1, 2, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 43, 45, 47, 54, 58, 59, 62, 63